

ZILMA ASSAD SULEIMAN OTHMAN

**COMPREENSÃO DA NOÇÃO DE LUCRO EM CRIANÇAS E ADOLESCENTES
VENDEDORES E NÃO VENDEDORES DE RUA DE CURITIBA**

**CURITIBA
2006**

ZILMA ASSAD SULEIMAN OTHMAN

**COMPREENSÃO DA NOÇÃO DE LUCRO EM CRIANÇAS E ADOLESCENTES
VENDEDORES E NÃO VENDEDORES DE RUA DE CURITIBA**

**Dissertação apresentada como requisito
parcial à obtenção do título de Mestre em
Educação, Curso de Pós-Graduação em
Educação, Linha de Pesquisa Cognição,
Aprendizagem e Desenvolvimento Humano,
Setor de Educação, Universidade Federal do
Paraná.**

Orientadora: Profa. Dra. Tânia Stoltz

**CURITIBA
2006**

DEDICATÓRIA

De maneira muito especial dedico este trabalho

Aos meus filhos Jamal Filho e Talini,
pelo respeito e paciência em dividir sua mãe
com livros, xerox, horas, horas e horas intermináveis
de leituras e digitação.

A meu marido Jamal, amigo e companheiro de jornada,
por ter entendido a minha busca.

Às minhas queridas irmãs, Ziomar e Zione,
que me receberam com carinho no aconchego
dos seus lares durante os dois anos
que me dediquei a este trabalho.

A minha mãezinha querida , Lúcia,
que sei que olhou por mim
de onde ela está.

AGRADECIMENTOS

Quero dividir as alegrias da realização deste trabalho com pessoas queridas e importantes, que estiveram, a todo momento, presentes nesta caminhada, a quem devo muito.

À Professora Doutora Tânia Stoltz, querida amiga e orientadora. Pelo exemplo do que é ser uma educadora construtivista. Pela sua inesgotável paciência, dedicação e competência em todos os momentos da realização desta pesquisa. Pela atenção e pelas valiosas horas dedicadas a orientação e correção dos infinitos rascunhos que tanto contribuíram para a melhoria deste trabalho.

À amiga Thiciane, pela ajuda nos momentos de apuros no computador e pelo carinho com que cuidou da revisão final do trabalho.

A todas as crianças e adolescentes que participaram das entrevistas, sem os quais, não teria sido possível concretizar este estudo.

À diretora e às professoras da Escola onde realizamos a coleta de dados.

A todas as pessoas que direta ou indiretamente contribuíram para a realização deste trabalho.

À CAPES, pela concessão da bolsa de estudos.

Em especial ao Criador, que me forneceu energia e luz para que pudesse desenvolver esta pesquisa.

O que for a profundidade do teu ser, assim será teu desejo.
O que for o teu desejo, assim será tua vontade.
O que for a tua vontade, assim serão teus atos.
O que forem teus atos, assim será teu destino.
Brihadaranyaka Upanishad IV, 4.5

SUMÁRIO

LISTA DE ILUSTRAÇÕES	vii
RESUMO	ix
ABSTRACT	x
1 INTRODUÇÃO	1
2 A CONTRIBUIÇÃO DA PSICOLOGIA GENÉTICA	6
2.1 OS ESTÁGIOS DO DESENVOLVIMENTO	10
2.2 FATORES DO DESENVOLVIMENTO	14
2.3 A TOMADA DE CONSCIÊNCIA	17
3 ESTUDOS SOBRE A COMPREENSÃO DO MUNDO SOCIAL	22
3.1 PERSPECTIVAS TEÓRICAS SOBRE A FORMAÇÃO DO CONHECIMENTO SOCIAL	26
3.2 COMO SE FORMAM OS MODELOS SOCIAIS	33
3.3 FORMAS DE RELAÇÕES INTERINDIVIDUAIS – COAÇÃO E COOPERAÇÃO	40
3.4 OS CAMPOS DA REPRESENTAÇÃO DO MUNDO SOCIAL	41
4 ESTUDOS SOBRE A COMPREENSÃO DE PROBLEMAS ECONÔMICOS E A NOÇÃO DE LUCRO	45
4.1 ANSELM L. STRAUSS	46
4.2 KURT DANZIGER	49
4.3 DELVAL, SOTO, FERNÁNDEZ, DEAÑO, GONZÁLEZ, GIL, CUEVAS	50
4.4 HANS G. FURTH	51
4.5 GUSTAV JAHODA	53
4.6 ANNA EMÍLIA BERTI E ANNA SILVIA BOMBI	55
4.7 GERARDO ECHEÍTA	56
4.8 DELVAL, DÍAZ-BARRIGA, HINOJOSA, DAZA	57
4.9 JUAN DELVAL E GERARDO ECHEÍTA	58
4.10 AS PESQUISAS NO BRASIL	63
5 METODOLOGIA	66
5.1. INSTRUMENTO	66
5.2. CAMPO DE ESTUDO	67
5.3. SELEÇÃO DOS SUJEITOS	68
5.4. CARACTERIZAÇÃO DOS SUJEITOS	68
5.5. PROCEDIMENTO DE COLETA DE DADOS	70
5.6. PROCEDIMENTO DE ANÁLISE DE DADOS	72
6 RESULTADO E ANÁLISE	73
6.1. CRIANÇAS E ADOLESCENTES VENDEDORES	73
6.1.1 Bloco I - Questões sobre o produto que vendem – adesivo/doce/rosa - (objeto presente)	73
6.1.2 Bloco II –Questões sobre o lápis (objeto ausente)	86
6.1.3 Comparação entre o Bloco I e Bloco II	95
6.2 CRIANÇAS E ADOLESCENTES NÃO VENDEDORES	99
6.2.1 Bloco III - Questões sobre o produto que vendem (borracha)	99
6.2.2. Bloco IV - Questões sobre a bola (objeto ausente)	110
6.2.3 Relação entre o Bloco III e Bloco IV	123
6.3 COMPARAÇÃO ENTRE CRIANÇAS E ADOLESCENTES VENDEDORES E NÃO VENDEDORES	128
6.4 DISCUSSÃO GERAL	136
7 CONSIDERAÇÕES FINAIS	147
REFERÊNCIAS	151
ANEXOS	157

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

QUADRO 1	–	ELEMENTOS DAS REPRESENTAÇÕES SOCIAIS (CONFORME DELVAL, 1994; DELVAL E PADILLA, 1999)	35
QUADRO 2	–	CAMPOS DA REPRESENTAÇÃO DO MUNDO SOCIAL (CONFORME DELVAL, 1989, 1994; DELVAL E PADILLA, 1999) ..	42
QUADRO 3	–	CRIANÇAS E ADOLESCENTES VENDEDORES	68
QUADRO 4	–	CRIANÇAS E ADOLESCENTES NÃO VENDEDORES	69
TABELA 1	–	COMO A CRIANÇA CONSEGUE O PRODUTO QUE VENDE	74
TABELA 2	–	SABE QUANTO CUSTA E QUEM DEFINE O PREÇO?	75
TABELA 3	–	QUANTO CUSTA E POR QUANTO VENDE CADA UNIDADE?.....	76
TABELA 4	–	A CRIANÇA PODE MUDAR O VALOR DO PRODUTO PARA MAIS? POR QUÊ?.....	78
TABELA 5	–	A CRIANÇA PODE MUDAR O VALOR DO PRODUTO PARA MENOS? POR QUÊ?	79
TABELA 6	–	É MELHOR PARA A CRIANÇA VENDER POR MAIS, POR MENOS OU DEIXAR O MESMO VALOR? POR QUÊ?	81
TABELA 7	–	DIFERENÇA ENTRE O PREÇO DE COMPRA E VENDA DO LOJISTA	82
TABELA 8	–	ONDE O LOJISTA CONSEGUE O PRODUTO	83
TABELA 9	–	O QUE A CRIANÇA E O ADOLESCENTE VENDEDORES FAZEM COM O DINHEIRO QUE ARRECADAM.....	85
TABELA 10	–	ONDE A CRIANÇA E O LOJISTA COMPRAM O LÁPIS	86
TABELA 11	–	QUANTO CUSTA E POR QUANTO O LOJISTA VENDE CADA LÁPIS?.....	88
TABELA 12	–	O LOJISTA PODE MUDAR O VALOR DO PRODUTO PARA MAIS? POR QUÊ?.....	88
TABELA 13	–	O LOJISTA PODE MUDAR O VALOR DO PRODUTO PARA MENOS? POR QUÊ?	90
TABELA 14	–	É MELHOR O LOJISTA MUDAR O VALOR PARA MAIS, PARA MENOS OU DEIXAR O MESMO VALOR? POR QUÊ?	91
TABELA 15	–	COMO A CRIANÇA E O ADOLESCENTE VENDEDORES REAGEM À CONTRA-SUGESTÃO.....	92
TABELA 16	–	ONDE A CRIANÇA E O LOJISTA COMPRAM A BORRACHA?	100
TABELA 17	–	QUANTO CUSTA E POR QUANTO VENDE CADA UNIDADE?....	102
TABELA 18	–	A CRIANÇA PODE MUDAR O VALOR DO PRODUTO PARA MAIS? POR QUÊ?.....	103
TABELA 19	–	A CRIANÇA PODE MUDAR O VALOR DO PRODUTO PARA MENOS? POR QUÊ?	104
TABELA 20	–	É MELHOR PARA O SUJEITO VENDER POR MAIS, POR MENOS OU FICAR IGUAL? POR QUÊ?	105
TABELA 21	–	DIFERENÇA ENTRE O PREÇO DE COMPRA E VENDA DO LOJISTA	107

TABELA 22	– A FÁBRICA PAGA PARA FAZER? NO QUE GASTA?	107
TABELA 23	– O QUE A CRIANÇA E O ADOLESCENTE NÃO VENDEDORES FAZEM COM O DINHEIRO QUE ARRECADAM?.....	109
TABELA 24	– ONDE A CRIANÇA E O LOJISTA COMPRAM A BOLA?	110
TABELA 25	– QUANTO CUSTA E POR QUANTO O LOJISTA VENDE CADA BOLA?	111
TABELA 26	– O LOJISTA PODE MUDAR O VALOR DO PRODUTO PARA MAIS? POR QUÊ?.....	112
TABELA 27	– O LOJISTA PODE MUDAR O VALOR DO PRODUTO PARA MENOS? POR QUÊ?	113
TABELA 28	– É MELHOR O LOJISTA MUDAR O VALOR DO PRODUTO PARA MAIS, MENOS OU DEIXAR COMO ESTÁ? POR QUÊ?....	114
TABELA 29	– A DIFERENÇA ENTRE O PREÇO DE CUSTO E O DE VENDA ...	115
TABELA 30	– A FÁBRICA GASTA PARA FAZER?	116
TABELA 31	– O QUE O LOJISTA FAZ COM O DINHEIRO QUE ARRECADA? ..	118
TABELA 32	– COMO A CRIANÇA E O ADOLESCENTE NÃO VENDEDORES REAGEM À CONTRA-SUGESTÃO.....	119
GRÁFICO 1	– PROCENDÊNCIA DA MERCADORIA	95
GRÁFICO 2	– PREÇO DE COMPRA EM RELAÇÃO AO DE VENDA.....	96
GRÁFICO 3	– QUANTO A CRIANÇA E O LOJISTA GANHAM.....	97
GRÁFICO 4	– PODEM MUDAR O VALOR PARA MAIS?	97
GRÁFICO 5	– PODEM MUDAR O VALOR PARA MENOS?	98
GRÁFICO 6	– É MELHOR MUDAR PARA	99
GRÁFICO 7	– PROCENDÊNCIA DA MERCADORIA	123
GRÁFICO 8	– PREÇO DE COMPRA EM RELAÇÃO AO DE VENDA.....	124
GRÁFICO 9	– QUANTO A CRIANÇA E O LOJISTA GANHAM.....	125
GRÁFICO 10	– PODEM MUDAR O VALOR PARA MAIS?	126
GRÁFICO 11	– PODEM MUDAR PARA MENOS?.....	126
GRÁFICO 12	– É MELHOR MUDAR:.....	127
GRÁFICO 13	– O QUE OS SUJEITOS VENDEDORES FAZEM COM O DINHEIRO	128
GRÁFICO 14	– O QUE OS SUJEITOS NÃO VENDEDORES FAZEM COM O DINHEIRO	128
GRÁFICO 15	– PREÇO DE CUSTO EM RELAÇÃO AO DE VENDA.....	129
GRÁFICO 16	– QUANTO GANHAM.....	129
GRÁFICO 17	– PODEM MUDAR O VALOR PARA MAIS?	130
GRÁFICO 18	– PODEM MUDAR O VALOR PARA MENOS?	131
GRÁFICO 19	– É MELHOR MUDAR PARA	132
GRÁFICO 20	– PREÇO DE CUSTO EM RELAÇÃO AO DE VENDA.....	132
GRÁFICO 21	– QUANTO GANHAM.....	133
GRÁFICO 22	– PODEM MUDAR O VALOR PARA MAIS?	134
GRÁFICO 23	– PODEM MUDAR O VALOR PARA MENOS?	135
GRÁFICO 24	– É MELHOR MUDAR PARA:	135

RESUMO

Este estudo, fundamentado na teoria piagetiana e nos trabalhos de seus seguidores, caracteriza-se como um estudo evolutivo sobre a construção do conhecimento social, cujo objetivo geral consiste em investigar a compreensão da noção de lucro em crianças e adolescentes vendedores e não vendedores da cidade de Curitiba. Pesquisas que abordam a construção da noção de lucro como meio de melhor entendimento do funcionamento da economia, a qual é um dos eixos do conhecimento social, ainda são escassas. Nestes estudos, realizados em diversos países com crianças trabalhadoras e não trabalhadoras, verificou-se que elas lentamente vão elaborando modelos e representações do mundo social no qual vivem e que até o início da adolescência têm dificuldade em entender a noção de lucro. Estudar a compreensão que crianças e adolescentes vendedores e não vendedores elaboram sobre a noção de lucro, justifica-se porque visa possibilitar a ampliação das pesquisas sobre a construção do conhecimento social, destacando dados que permitirão conhecer que relações existem entre os aspectos mais gerais do desenvolvimento intelectual e do social e que tipos de experiências facilitam e/ou dificultam a interação com o meio social. Esta pesquisa constituiu-se num estudo basicamente qualitativo, de natureza exploratória, com a utilização do método clínico. Envolveu 20 sujeitos, sendo 10 vendedores de rua e 10 não vendedores da cidade de Curitiba, com idade entre 5 e 14 anos. As respostas dos sujeitos, das diversas idades, às questões formuladas a respeito do lucro, demonstram que a compreensão dessa noção não se limita a uma apreensão imediata e uma reprodução de informações que lhes são transmitidas e inculcadas pelo meio social, ao contrário, essa compreensão implica em um processo criativo e construtivo de reelaborações e equilibrações, resultante de progressivas abstrações e coordenações entre ações reais ou possíveis. Ao buscarmos, na psicologia genética, uma interpretação para os resultados encontrados nesta pesquisa, verificamos que a criança, à medida que desenvolve os recursos cognitivos, tem experiência com o objeto, interage com o meio social, desenvolve suas representações, não como uma simples cópia daquilo que o meio familiar, escolar ou social lhe transmite, mas sim que há um trabalho interno auto-regulador que possibilita o conhecimento. Assim, concluímos que as crianças e adolescentes vendedores adquirem precocemente um conhecimento prático, um saber fazer, mas a compreensão, de fato, da noção de lucro, foi observada apenas por alguns adolescentes não vendedores mais velhos desta amostra. Há indicativos de que a limitada compreensão da noção de lucro nos sujeitos vendedores, esteja relacionada ao ambiente coercitivo em que se dá a atividade de venda nas ruas e ao reduzido acesso dos sujeitos vendedores ao conhecimento mais elaborado, fatores que retardam o desenvolvimento da reflexão.

Palavras-chave: conhecimento social; noção de lucro; Piaget

ABSTRACT

This study, based on Piagetian theory and in the works of his followers, is characterized as an evolutionary study about social knowledge construction with the general aim of investigating the comprehension of profit by child and adolescent sellers and non-sellers in the city of Curitiba in Brazil. Researches that deal with the construction of profit notion as means of better understanding economy operation, which is one of the axes of social knowledge, are still rare. On these studies, accomplished in several countries with laboring and non-laboring children, was verified that they slowly elaborate models and representations of the social world in which they live and that up to the beginning of adolescence they have difficulties in understanding the profit notion. Studying the comprehension that child and adolescent sellers and non-sellers elaborate about profit notion is justified as it aims making possible the increase of researches on the construction of social knowledge by highlighting data that will allow knowledge about which relations occur between the most general aspects of intellectual and social development and about which types of experiences make easier or more difficult the interaction with the social environment. This research constitutes basically a qualitative study of exploratory nature using the clinical method. It involved twenty 5-to-14-year-old subjects, being ten street sellers and ten non-sellers in the city of Curitiba in Brazil. The answers of the subjects of various ages to the questions proposed about profit demonstrate that the comprehension of this notion is not limited to immediate apprehension and to information reproduction that is transmitted or inculcated on them by the social environment, otherwise, this comprehension implies a creative and constructive process of re-elaborations and equilibrations that result from progressive abstraction and coordination between real or possible actions. When we look for an interpretation for the found results of the research in Genetic Psychology, we verify that children as they develop cognitive resources, have experience with the object, interact with the social environment, develop their representations not as a simple copy of what the family, school or social environment transmits, but because there is a self-regulating internal work that makes knowledge possible. Therefore, we conclude that child and adolescent sellers precociously acquire a practical knowledge, knowing how to do, but the real comprehension of profit notion was only observed by just some adolescent non-sellers of this sample. There are indications that the limited comprehension of profit notion in seller subjects is related to the coercive environment in which the selling activity on the streets happens and to the reduced access of seller subjects to a more elaborate knowledge, factors that delay reflection development.

Key words: social knowledge; profit notion; Piaget

1. INTRODUÇÃO

Este estudo, fundamentado na teoria piagetiana e nos trabalhos de seus seguidores, caracteriza-se como um estudo evolutivo sobre a construção do conhecimento social, cujo objetivo geral consiste em investigar a compreensão da noção de lucro em crianças e adolescentes vendedores e não vendedores da cidade de Curitiba.

Como sabemos, há inúmeras sociedades e culturas, cada uma possui costumes, condutas e práticas sociais próprias, mas que diferem significativamente umas das outras. O próprio Piaget nos diz:

O ser humano desde o seu nascimento se encontra submerso em um meio social que atua sobre ele do mesmo modo que o meio físico. Mais, ainda, em certo sentido, que o meio físico, a sociedade transforma o indivíduo em sua própria estrutura, porque não somente o obriga a reconhecer fatos, mas lhe fornece um sistema de signos completamente construídos que modificam seu pensamento, propõe-lhe valores novos, e impõe-lhe uma cadeia indefinida de obrigações. (1947/1958, p. 201).

Os seres humanos desde que nascem relacionam-se entre si e recebem um dos outros normas e regras que organizam a sociedade na qual estão inseridos e lentamente vão construindo representações e modelos da realidade que os cercam. De acordo com Delval “(...) la construcción del conocimiento está determinada socialmente, pero que se realiza por individuos y cada individuo tiene que llevar a cabo individualmente esa “construcción.”(1991, p. 192).

Embora sendo um ser social e as sociedades estarem totalmente interligadas, foram realizadas poucas pesquisas para averiguar como a criança ao longo do seu desenvolvimento vai construindo explicações do seu meio social. Quem primeiro abordou este tema foi Piaget no livro “A representação do mundo na criança” (1926/2005), onde investigou a forma com que explicava fatos da vida social como: a origem dos nomes, a consciência de si, o conceito de vida, entre outros. Em seguida com o livro “O julgamento moral na criança” (1932/1977) e posteriormente em “Estudos

sociológicos” (1965/1973) pesquisou como a criança exemplificava alguns problemas relativos ao mundo social.

Nas últimas décadas, surgiram novos trabalhos sobre os aspectos sociais do desenvolvimento psicológico, fato que tem produzido uma renovação nas pesquisas sobre a compreensão do mundo social, levando a um crescente interesse em estudar a formação das representações ou modelos do mundo de que as crianças utilizam para dar sentido à realidade social.

Autores como Delval e Echeíta (1991), Delval, Enesco e Navarro (1994), Delval e Padilla (1999), Delval (1989, 1991, 1994, 1999, 2002), explicam que o sujeito constrói o conhecimento sobre o meio social, agindo sobre a realidade que o cerca. Dessa forma a criança, a partir da sua experiência, das informações que recebe direta ou indiretamente das pessoas, da escola e dos meios de comunicação e, utilizando as estruturas cognitivas que possui, vai elaborando representações sobre os distintos aspectos da sociedade em que vive. Assim, o conhecimento social, enquanto objeto de estudo, refere-se às representações, idéias e concepções que o homem constrói a partir de suas inúmeras atividades, buscando compreender o seu mundo.

Os diversos estudos realizados Delval e Echeita (1991), Delval, Enesco, e Navarro (1994), Delval e Padilla (1999), Delval (1989, 1991, 1994, 1999, 2002a, 2002b) Delval, Díaz-Barriga, Hinojosa e Daza (2006), evidenciam que a organização do mundo social é composta por inúmeros eixos - econômicos, o político, a nação, a moral, a família, as classes sociais, entre outros - e que estes são inter-relacionados e inseparáveis, visto que não é impossível separar a economia da política, a família da moral, a moral da política, a nação da economia e assim por diante.

Um dos eixos mais complexos é o econômico, e muitos de nós adultos não entendemos claramente como ele funciona, isto é, desconhecemos aspectos mais intrínsecos, apenas compreendemos os aspectos que temos contato diariamente. Embora sendo complexo, o sistema econômico está próximo da vida da criança, pois freqüentemente acompanha o adulto em compras a supermercados, em shoppings, em panificadoras, há também a presença do dinheiro que é um fator material que as crianças podem visualizar e tocar.

Además, el niño entra muy pronto en contacto con este aspecto del mundo social, antes que con otros aspectos igualmente importantes pero más alejados de su experiencia inmediata, como la actividad política. A esto se añade que el asunto se presta mejor a ser investigado que otros aspectos del conocimiento social, pues existen elementos materiales, como el dinero o las mercancías, que el niño maneja pronto y que son aparentemente menos abstrusas que las relaciones políticas. (DELVAL, ECHEITA, 1991, p. 72.)

Em estudos realizados anteriormente com crianças e adolescentes vendedores de rua da cidade de Curitiba sobre a compreensão da noção de lucro constatamos que os sujeitos investigados, apesar de estarem trabalhando com a venda e inseridos num mundo capitalista, onde o comércio e o lucro são fundamentais para o funcionamento econômico, demoram até o início da adolescência para compreender a noção de lucro (D'AROS, STOLTZ, 2003; D'AROS, LAGO, PIECZARKA, OTHMAN, STOLTZ, 2004; OTHMAN, STOLTZ, 2003, 2004, 2005a, 2005b; OTHMAN, D'AROS, STOLTZ, 2004; PIECZARKA, STOLTZ, 2005). Os resultados assemelhavam-se com os já encontrados por Strauss (1952); Danzinger (1958); Delval, Soto, Fernández (1971); Furth (1978); Jahoda (1979, 1981, 1983); Berti, Bombi (1988); Delval e Echeita (1991); Delval, (1989, 1994, 1999, 2002); Delval, Enesco e Navarro (1994); Delval e Padilla (1999); Delval, Díaz-Barriga, Hinojosa e Daza (2006), tais como: algumas davam o mesmo valor para o ato de compra e venda; diziam que se vendessem muitos produtos ganhariam dinheiro, mesmo que fosse por um preço inferior ao do custo do produto, muitas vezes não sabiam justificar adequadamente suas respostas, não entendiam o papel do fornecedor. Como estes dados foram encontrados com crianças e adolescentes de diferentes países e diferentes contextos sociais, nos perguntamos: as crianças e adolescentes vendedores teriam conhecimento antecipado da noção de lucro do que crianças e adolescentes não vendedores de um mesmo país?

Estudar a compreensão que crianças e adolescentes vendedores e não vendedores elaboram sobre a noção de lucro justifica-se porque visa possibilitar a ampliação das pesquisas sobre a construção do conhecimento social, destacando dados que permitirão conhecer que relações existem entre os aspectos mais gerais do desenvolvimento intelectual e do social e que tipos de experiências facilitam e/ou dificultam a interação com o meio social.

Além disso, conhecer como se dá o processo de conhecimento na criança, suas fases, facilidades e dificuldades, possibilita desenvolver estratégias de ensino e práticas pedagógicas mais próximas à compreensão infantil. Contribui também para a formulação de currículos mais apropriados para cada fase da criança, possibilitando a quem está disposto a construir uma educação de qualidade, subsídios para repensar a escola, partindo da perspectiva dos seus alunos, tornando-a um espaço cada vez mais criativo, alegre, solidário, democrático, e, portanto, capaz de cumprir, verdadeiramente, seu papel na formação global das novas gerações. A longo prazo, a partir do conhecimento das representações das crianças sobre o conhecimento social, elaborar novas propostas para livros didáticos e paradidáticos. No caso específico deste estudo, conhecer que compreensão as crianças e os adolescentes possuem sobre a noção de lucro, visto ser este essencial ao desenvolvimento da sociedade capitalista, é de fundamental importância, uma vez que os dados obtidos muito podem contribuir para desvendar os processos evolutivos envolvidos na compreensão dessa noção.

Neste estudo tem-se como objetivo geral identificar qual é a compreensão da noção de lucro em crianças e adolescentes vendedores e não vendedores do município de Curitiba. De forma mais específica, pretende-se atingir os seguintes objetivos:

- a) Verificar semelhanças e diferenças entre as explicações dadas por crianças e adolescentes vendedores e não vendedores do município de Curitiba.
- b) Investigar e caracterizar a evolução na construção dessas representações ao longo das diferentes idades;
- c) Verificar quais os possíveis fatores que podem contribuir ou interferir na compreensão dessa noção.

Apoiadas nesses dados que foram expostos acima elaboramos algumas hipóteses:

- a) As crianças e adolescentes não vendedores entendem a noção de lucro da mesma forma que as crianças e adolescentes vendedores, que participam do processo (compra do produto, atribuição do preço de venda e a própria venda).

b) A ordem evolutiva da compreensão da noção de lucro depende da correlação entre os quatro fatores responsáveis pelo desenvolvimento cognitivo do sujeito (maturação, experiência com o objeto, interação social e equilibração)

c) As crianças e adolescentes vendedores que participam de todo o processo (compra do produto, atribuição do preço de venda e a própria venda) apresentam mais precoce compreensão da noção de lucro.

2. A CONTRIBUIÇÃO DA PSICOLOGIA GENÉTICA

Esta investigação apóia-se no referencial teórico da psicologia genética de Jean Piaget (1896-1980) e nos trabalhos referentes ao conhecimento social a partir da perspectiva piagetiana.

Há várias teorias que tentam explicar como se dá à estruturação do conhecimento na criança. Para as teorias maturacionistas ou inatistas o sujeito nasce pronto, com conhecimentos *a priori* que possibilitam conhecer os objetos, isto é, o conhecimento é pré-formado no sujeito. A essas teorias se opõem às empiristas ou ambientalistas, que concebem a criança como uma folha em branco e acreditam que as influências ambientais têm papel preponderante no conhecimento, este resultando do acúmulo de fatos aprendidos em função da experiência. A hipótese que fundamenta estas teorias é que as crianças recebem pronto do grupo social as idéias e conceitos. Piaget, em sua obra “Biologia e Conhecimento”, comenta:

Os conhecimentos não partem, com efeito, nem do sujeito (...) nem do objeto (...), mas das interações entre sujeito e objeto, e de interações inicialmente provocadas pelas atividades espontâneas do organismo tanto quanto pelos estímulos externos. A partir destas interações primitivas, onde os fatores internos e externos colaboram de maneira indissociável (...), os conhecimentos orientam-se em duas direções complementares, apoiando-se constantemente nas ações e nos esquemas de ação, fora dos quais não têm nenhum poder nem sobre ela, nem sobre a análise interior. (PIAGET, 1967/2003, p. 39-40).

A teoria piagetiana não é nem empirista, nem inatista. Como afirma Piaget, “a explicação dos mecanismos evolutivos, encerrada por muito tempo na alternativa sem saída entre o lamarckismo¹ e o neodarwinismo² clássico, parece encontrar seu caminho

¹ Pressuposto “segundo o qual o organismo é moldado de fora para dentro pelo meio ambiente, o qual, por suas pressões e imposições, acarreta a formação de hábitos ou acomodações individuais que, ao fixarem-se hereditariamente, amoldam os órgãos”. (PIAGET, 1936/1987, p.25)

² Entende que “são hereditárias as variações de origem interna (mutações) que se produzem no quadro de genótipos, por seu lado invariantes, e o meio não intervém senão *a posteriori* para fazer a seleção das variações assim produzidas (sem falar das variações fenotípicas, que são devidas ao meio), mas não têm nenhuma importância evolutiva, (uma vez que não são hereditárias)”. (PIAGET, 1967/2003, p. 132)

na direção de um *tertium*, que é cibernético³ e se orienta efetivamente no sentido da teoria da auto-regulação” (1967/2003, p. 38). SMITH; DOCKRELL; TOMLINSON (1997) falam desse *tertium*, ou seja, de uma postura que não se adapta entre os grupos já existentes, mas sim uma postura que buscaria uma superação destes formando uma nova alternativa, no caso, a postura interacionista. De acordo com estes autores, a questão da forma como o conhecimento se desenvolve é um questionamento empírico, e também epistemológico. Empírico, pois requer o estudo da mente das crianças; epistemológico, no sentido de abordar a constituição e os avanços nos níveis de conhecimento.

Piaget utiliza-se do termo auto-regulação “in the sense in which it is used in cybernetics, that is, in the sense of processes with feedback and feedforward, of processes which regulate themselves by a progressive compensation of systems⁴” (1964, p. 180). Assim é relevante destacar o conceito piagetiano de conflito cognitivo – refere-se ao conflito que ocorre entre os próprios argumentos da criança quando se depara com uma situação problemática e focaliza elementos perturbadores distintos e que desempenha um papel fundamental na aquisição de novos conhecimentos. É quando fatos novos provocam desequilíbrios nos sujeitos, como se algo estivesse errado, levando-os a um conflito cognitivo. Os sujeitos que não percebem o conflito progridem menos do que os que tomam consciência das contradições e buscam soluções para superá-los. Dessa forma, se não fosse o desequilíbrio, não haveria avanços no conhecimento, tudo seria estático. Sendo assim, a fonte do progresso encontra-se na reequilibração, isto é, na busca de um novo equilíbrio a partir de uma situação de desequilíbrio, atuando como uma espiral. Nesse sentido, compreende-se o sujeito como um ser ativo, o qual, diante de uma perturbação interna ou externa, reagirá no sentido de compensar a perturbação e buscar um novo equilíbrio.

O intuito principal da psicologia genética (PIAGET, 1924/1978; 1926/2005; 1932/1977; 1936/1987; 1937/1975; 1946/1975; 1947/1958; 1948/1998; 1964;

³ Cibernética – ciência que estuda as comunicações e o sistema de controle não só nos organismos vivos, mas também nas máquinas. (Dicionário Aurélio, 1989)

⁴ “No sentido que é usado em cibernética, isto é, no sentido de processos com ‘feed-back’ e ‘feed-forward’, processos que se regulam por uma progressiva compensação de sistemas.”

1965/1973; 1967/2003; 1970/1971; 1972/1973; 1974/1978a; 1974/1978b; 1975/1976) é compreender como o sujeito passa de um estado de menor conhecimento a outro de maior conhecimento, tendo como foco, por um lado, entender como se dá a construção gradual e progressiva dos instrumentos intelectuais com que a criança analisa a realidade; e, por outro, como evoluem as explicações em cada momento da evolução.

A teoria piagetiana apresenta uma concepção bastante peculiar de desenvolvimento, ao considerá-lo como um processo de organização e reorganização estrutural, de natureza seqüencial que ocorre em estágios independentes de idades cronológicas fixas, onde as crianças são as próprias construtoras ativas do conhecimento, constantemente criando e testando suas teorias sobre o mundo.

Piaget (1924/1978; 1926/2005; 1932/1977; 1936/1987; 1937/1975; 1946/1975; 1947/1958; 1948/1998; 1964; 1964/2003; 1965/1973; 1966/2003; 1967/2003; 1970/1971; 1972/1973; 1974/1978a; 1974/1978b; 1975/1976) afirma que a construção dos estágios do desenvolvimento, que formam a base do conhecimento, são atos de organização e adaptação ao meio. Como vemos: “do ponto de vista biológico, organização é inseparável da adaptação: eles são dois processos complementares de um único mecanismo, sendo que o primeiro é o aspecto interno do ciclo do qual a adaptação constitui o aspecto externo”. (PIAGET, 1947/1958, p, 29).

A adaptação é a essência do funcionamento intelectual, e é explicada por Piaget (1967/2003) a partir da equilibração entre a assimilação e a acomodação. A adaptação é um processo lento e gradual, porque o organismo é capaz de assimilar apenas aquilo que uma organização anterior lhe permite, ou, em outras palavras, o sujeito só pode incorporar componentes da realidade que suas estruturas em desenvolvimento podem assimilar sem drásticas modificações, embora uma vez formado, um novo esquema e/ou estrutura possa ser aplicado a novas situações.

A assimilação é o processo cognitivo pelo qual uma pessoa integra um novo dado, motor ou conceitual, às estruturas cognitivas já existentes. O próprio Piaget define a assimilação como: “integração a estruturas prévias, que podem permanecer invariáveis ou são mais ou menos modificadas por esta própria integração, mas sem descontinuidade com o estado precedente, isto é, sem serem destruídas, mas

simplesmente acomodando-se à nova situação” (1967/2003, p. 13). O processo complementar ao da assimilação é a acomodação, o qual o autor genebrino classifica como “toda modificação dos esquemas de assimilação sob a influência de situações externas (meio) aos quais se aplicam” (PIAGET, 1967/2003, p. 18). Assim, a acomodação acontece quando não se consegue assimilar um novo estímulo, ou seja, não existe uma estrutura cognitiva que assimile a nova informação em função das particularidades desse novo estímulo. Diante deste impasse, restam apenas duas saídas: criar um novo esquema ou modificar um esquema existente. Dessa forma a acomodação exige não apenas a modificação dos esquemas prévios do sujeito em função da informação assimilada, mas requer uma nova assimilação ou uma reinterpretação dos dados ou conhecimentos anteriores em função dos esquemas construídos. Com isso, o progresso das estruturas cognitivas baseia-se em uma tendência a um equilíbrio crescente entre ambos os processos.

A aprendizagem ocorre em consequência dos desequilíbrios ocorridos entre a assimilação e a acomodação, que resultam em uma mudança na estrutura cognitiva. Piaget (1936/1987, 1946/1975, 1966/2003, 1967/2003), quando expõe as idéias da assimilação e da acomodação, deixa claro que da mesma forma como não há assimilação sem acomodações também não existem acomodações sem assimilação. Isto significa que o meio não provoca simplesmente o registro de impressões ou a formação de cópias, mas desencadeia ajustamentos ativos no sujeito.

De acordo com Piaget (1967/2003, p.18), “a maior parte dos esquemas, em lugar de corresponderem a uma montagem hereditária acabada, constroem-se pouco a pouco, e dão mesmo lugar a diferenciações, por acomodação às situações modificadas, ou por combinações (assimilações recíprocas com ou sem acomodações novas) múltiplas ou variadas”. Assim podemos dizer que os esquemas surgem da integração de unidades mais simples e primitivas em um todo mais amplo, mais organizado e mais complexo, pelos quais os indivíduos intelectualmente se adaptam e organizam o meio. Os esquemas são como estruturas mentais, ou cognitivas, pelas quais os indivíduos intelectualmente se adaptam e organizam o meio.

Uma criança, ao nascer, apresenta poucos esquemas (sendo de natureza reflexa), e à medida que se desenvolvem, seus esquemas tornam-se generalizados, mais diferenciados e mais numerosos. Os esquemas cognitivos do adulto são derivados dos esquemas sensório-motores da criança. Estes esquemas são utilizados para processar e identificar a entrada de estímulos, e graças a isto, o organismo está apto a diferenciar estímulos, como também está apto a generalizá-los.

2.1 OS ESTÁGIOS DO DESENVOLVIMENTO

Em grande parte de sua obra, Piaget (1924/1978; 1926/2005; 1932/1977; 1936/1987; 1946/1975; 1947/1958; 1964; 1966/2003; 1975/1976) procura caracterizar o processo de construção das estruturas intelectuais.

A capacidade intelectual da criança vai se desenvolvendo lentamente e formando a base para que esta compreenda o mundo que a cerca. Os estágios do desenvolvimento da criança representam as possibilidades de entender, de estabelecer relações na realidade e são: sensório-motor, pré-operatório, operatório concreto e operatório formal.

O estágio sensório-motor é o início da estruturação intelectual. Esse período do desenvolvimento estende-se desde o nascimento até a aquisição da linguagem (0 a 2 anos aproximadamente) e caracteriza-se pela construção de esquemas de ação que possibilitam à criança assimilar objetos e pessoas e pela construção prática das noções de objeto, espaço, causalidade e tempo, necessárias à acomodação ou ao ajustamento desses esquemas aos objetos e pessoas com que interage. O final desse estágio é marcado por um fato relevante para o desenvolvimento da criança, que é a capacidade

de substituir um objeto ou acontecimento por uma representação, a função simbólica ou semiótica⁵.

O estágio pré-operatório (2 aos 7 anos aproximadamente) inicia-se no final do sensório-motor com a aquisição da linguagem e da função simbólica e proporcionando o início da socialização e da representação, que faz com que a criança comece a resolver os problemas no plano simbólico e não mais puramente prático. Nesta fase há a ausência da reversibilidade e a insensibilidade à contradição. O pensamento é exclusivamente ligado aos indícios perceptivos. O egocentrismo, que é característico dessa fase, leva a criança a ter dificuldade em participar de uma conversa, fazer uma descrição, dar uma explicação. Assim as trocas interindividuais se encontram a meio caminho do individual e do social. Na teoria piagetiana, o conceito de egocentrismo se diferencia do significado que comumente é empregado para representar um sujeito individualista. Piaget nos explica que “o egocentrismo infantil é então, em sua essência, uma indiferenciação entre o eu e o meio social” (1932/1977, p. 81).

O período das operações concretas (7 a 11 anos aproximadamente) inicia-se no final do período pré-operatório e é caracterizado pela superação do egocentrismo. Há o aparecimento da reversibilidade. A criança torna-se capaz de realizar uma operação contrária, isto é, voltar ao início da operação e entender que é a mesma ação. Assim, a lógica inicia seu desenvolvimento com a capacidade de coordenar as ações reversíveis. Estas ações mentais possibilitam à criança seriar, classificar, agrupar, etc. No final desse longo processo, têm início a individualização e a socialização do pensamento, a criança é capaz de tomar consciência das contradições e lentamente entende as transformações das contradições, resultando na conquista da reversibilidade. Neste período gradativamente a criança torna-se apta à cooperação, entendida como relação social que supõe reciprocidade entre os sujeitos, cuja

⁵ Função que consiste em poder representar alguma coisa (um “significado” qualquer: objeto, acontecimento, esquema conceitual) por meio de um “significante” diferenciado e que só serve para essa representação: linguagem, imagem mental, gesto simbólico, etc (PIAGET e INHELDER, 1966/2003, p. 51)

capacidade permite distinguir diferentes pontos de vista. A cooperação ocorre quando os sujeitos são capazes de descentrar e coordenar as ações e as idéias que vêm de diferentes indivíduos.

No operatório formal (11 anos até aproximadamente a adolescência) há uma série inteira de singularidades que marcam o ponto culminante da chegada da lógica. Há o aparecimento das operações proposicionais e o sujeito é capaz de operar hipoteticamente e fazer inúmeras relações e análises teóricas. O pensamento reflete sobre o próprio pensar, a criança não raciocina somente sobre o real, mas também sobre o possível. O raciocínio sobre o possível faz com que a criança utilize-se da “lógica das proposições”, que se caracteriza por basear-se em uma lógica estritamente verbal. Também utiliza o “sistema combinatório”. Trata-se de um grupo de quatro transformações, conhecido com *INRC* (Identidade, Negação, Reciprocidade e Correlação). É um sistema de operação que comporta todas as combinações possíveis dos elementos, inclusive as inversões e a reciprocidade. Tomando o exemplo clássico da balança, podemos descrever o esquema proporcional. Se colocarmos um peso num dos lados da balança, desequilibrando-o, este pode ser restabelecido retirando o peso (Negação). Pode-se também colocar um peso idêntico no lado oposto (Reciprocidade). Outra forma é colocar um peso maior mais próximo do centro da balança ou um peso menor distante do centro (correlação). Finalizando, pode-se retirar os pesos, e a balança voltará a ficar equilibrada (Identidade).

Piaget (1965/1973) afirma que o desenvolvimento tem uma correlação entre as operações lógicas e algum tipo de colaboração. Expressa que a formação da lógica na criança tem origem na ação e que a passagem da ação irreversível às operações reversíveis é acompanhada necessariamente de uma socialização das ações, procedendo ela mesma do egocentrismo à cooperação. Pode-se dizer que a lógica constitui um conjunto de regras ou normas, que não nascem com o sujeito. Nota-se que desde o nível da inteligência sensório-motora precisa-se de uma certa coerência do pensamento. Com o pensamento racional surge a coerência, o sistema de conceitos e de relações, que adquirem um valor normativo capaz de disciplinar o pensamento.

Assim, as relações inerentes à lógica racional constituem um diferencial das da inteligência prática, pelo fato de constituírem normas sociais, como a reciprocidade.

Do ponto de vista do indivíduo, a lógica deve ser considerada como um sistema de operações, ou seja, como ações reversíveis e compostas segundo “agrupamentos” diversos. Os agrupamentos operatórios constituem a forma de equilíbrio final atingida pela coordenação das ações, uma vez interiorizadas.

A lógica é, pois, forma de equilíbrio móvel (cuja reversibilidade atesta precisamente este caráter de equilíbrio), caracterizando o fim do desenvolvimento e não um mecanismo inato fornecido desde o começo. A lógica se impõe certamente, a partir de um nível dado, com necessidade, mas, isto é, de equilíbrio final para o qual tendem necessariamente as coordenações práticas e mentais, e não a título de necessidade *a priori*: a lógica se torna *a priori*, se podemos dizer assim, mas quando de seu acabamento somente, e sem o ser na origem (PIAGET, 1965/1973, p. 96).

Piaget utiliza-se da forma de ver diacrônica ou genética e a sincrônica ou relativa ao equilíbrio das trocas. Do ponto de vista diacrônico, deve-se buscar seu entendimento no decorrer dos estágios de desenvolvimento, ou seja, desde a fase sensório motora, seguida da fase pré-operatória, na qual predomina o aspecto pré-lógico até alcançar o equilíbrio estável, o qual corresponde ao começo das operações lógicas, sob a forma de operações concretas. Cada novo estágio ou fase representa um equilíbrio superior ao da fase anterior. O equilíbrio das operações lógicas se caracteriza por dois aspectos que aparecem simultaneamente: a reversibilidade e a composição de conjunto em “agrupamentos” operatórios. Para Piaget (1965/1973, p. 97) “um ‘agrupamento’ é um sistema de operações tal que o produto de duas operações do sistema seja ainda uma operação do sistema; tal que cada operação comporta um inverso; tal que o produto de uma operação direta e seu inverso equivale a uma operação nula ou idêntica”.

Entendendo, então, a lógica como uma organização de operações, que se constituem como ações interiorizadas e reversíveis, Piaget (1965/1973) compreende que este progresso lógico é indissociável do progresso na socialização do pensamento, ou seja, são indissociáveis o desenvolvimento das ações ou operações da inteligência e o desenvolvimento das interações individuais entre os membros da coletividade.

Portanto, Piaget considera que o aspecto social e o aspecto lógico são inseparáveis tanto na forma como no conteúdo.

Em relação ao ponto de vista sincrônico, que corresponde ao equilíbrio das trocas pelos sujeitos, questiona-se se o equilíbrio atingido pelos agrupamentos operatórios é de natureza individual. Piaget (1965/1973, p. 105) afirma que não, pois a princípio as ações do indivíduo caracterizam-se como irreversíveis e egocêntricas, centradas sobre elas mesmas e sobre seus resultados. A passagem da ação à operação supõe uma descentração por parte do indivíduo, sendo condição fundamental para o agrupamento operatório, o qual consiste no ajustamento das ações umas às outras até poder compô-las em sistemas gerais, aplicáveis a todas as transformações. São esses sistemas que permitem unir as operações de um sujeito às dos outros.

Portanto, o “agrupamento” se constitui como a forma de equilíbrio das ações individuais e das interações interindividuais, pois não há duas maneiras de equilibrar as ações e até porque a ação sobre o outro é inseparável da ação sobre os objetos.

Para que haja o equilíbrio das trocas entre os sujeitos algumas condições devem ser observadas: uma lógica só se realiza em situações nas quais prevaleça a cooperação; quando há predomínio do egocentrismo intelectual, onde os sujeitos não conseguem coordenar seus pontos de vista, não é possível atingir um equilíbrio considerando as condições apresentadas anteriormente. Quanto a isso, Piaget (1965/1973, p.113) observa:

Nunca um indivíduo só seria capaz de conservação inteira e de reversibilidade completa, e estas são as exigências da reciprocidade que lhe permitem esta dupla conquista, por intermédio de uma linguagem comum e de uma escala comum de definições. Mas em troca a reciprocidade só é possível entre sujeitos individuais capazes de pensamento equilibrado, isto é, apto a esta conservação e a esta reversibilidade imposta pela troca.

2.2 FATORES DO DESENVOLVIMENTO

Os estágios da inteligência revelam as diversas formas de adaptação ao mundo, sendo cada uma delas caracterizada por uma estrutura geral relativamente estável, que incorpora as estruturas construídas anteriormente, ampliando-as ao

reconstruí-las e expandindo-as num plano mais elevado. A este movimento em espiral que vai integrando o que foi construído num nível anterior é denominado de *equilíbrio majorante*. Para passar de um estágio para o outro é importante ressaltar que cada estágio organiza-se de modo estrutural; estes estágios têm uma seqüência constante, embora a idade dos sujeitos possa variar de acordo com a sociedade na qual a criança está inserida; um estágio integra-se ao seguinte sendo a passagem de uma estrutura para outra lenta e gradual; apresentam um nível de preparação e, simultaneamente, de acabamento; apresentam distinção de processos de formação ou de gênese e as formas de equilíbrio finais (PIAGET 1936/1987, 1946/1975, 1947/1958, 1964, 1966/2003, 1967/2003, 1972/1973, 1975/1976).

Que fatores podem ser citados para explicar o desenvolvimento de um grupo de estruturas para outro? Parece-me que há quatro fatores principais: o primeiro de todos, a maturação (...); segundo, o papel da experiência dos efeitos do meio físico sobre as estruturas da inteligência; terceiro, a transmissão social em um amplo senso (transmissão da lingüística, educação, etc.); e quarto, um fator que é fundamentalmente negligenciado, mas que me parece fundamental e mesmo principal. Eu chamarei esse fator de *equilíbrio* ou se preferirem de *auto-regulação*. (PIAGET, 1964, p. 3-4).

Estes fatores são fundamentais para explicar o desenvolvimento intelectual. Cada um tem sua importância no conjunto do processo, mas sozinho não são suficientes para que haja a passagem de um estágio para outro.

A maturação é um aspecto fundamental para explicar o desenvolvimento cognitivo, pois o crescimento biológico dos órgãos, o amadurecimento físico, especialmente do sistema nervoso central, representam os processos maturacionais que ocorrem nas crianças e que possibilitam que os outros fatores aconteçam. Embora a ordem sucessiva dos estágios seja constante, as idades cronológicas apresentam variações, devido ao desenvolvimento da sociedade.

Outro fator fundamental é a experiência, que pode ser física e lógico-matemática, embora estejam intimamente relacionadas e ambas derivem da ação do próprio sujeito, possuem, porém, fontes e formas de estruturação diferentes. A primeira pode ser percebida de forma empírica, ou seja, na ação do sujeito sobre os objetos, onde descobre suas propriedades físicas, ou melhor dizendo, as características

inerentes ao próprio objeto, como forma, peso, cor, textura, som, temperatura, sabor, entre outras. Diferentemente, a segunda ocorre através das coordenações de ações feitas pelo sujeito sobre os objetos. Exemplificando: o conceito de grande e pequeno não existe nos objetos em si, mas passa a existir a partir das ações dos sujeitos ao comparar e estabelecer relações. Assim, por exemplo, sobre o objeto bola, podemos conhecer que: é redonda, pode ser de couro ou de plástico, colorida ou de uma só cor, etc., estes saberes advêm do próprio objeto, isto é, dizem respeito ao conhecimento físico. Por outro lado, uma bola pode ser usada para a prática de vários esportes, lembra uma bomba, a forma no planeta, seu nome tem quatro letras e, para escrevê-lo, é preciso colocar as letras na ordem: b, o, l, a, etc. Estes conhecimentos não estão no objeto, mas se referem às coordenações de ações feitas pelo sujeito, sendo do campo lógico-matemático.

Para o desenvolvimento cognitivo as interações e transmissões sociais são essenciais. Esse aspecto diz respeito às interações estabelecidas entre os sujeitos e os conhecimentos produzidos e transmitidos socialmente. Piaget (1932/1977) ressalta também o papel das interações sociais, que consistem em intercâmbios de informações, colaboração, discussão, oposição, troca de idéias que as crianças estabelecem com seus pares e com os adultos. Ao analisar a importância das trocas sociais para o desenvolvimento da criança, o autor evidencia a influência das interações na construção das estruturas operatórias. Para ele, sem troca com os demais o indivíduo não atinge o pensamento lógico. No entanto, chama a atenção para a qualidade dessas relações interindividuais, destacando que a interação entre o adulto e a criança é, por princípio, assimétrica, pois está baseada na heteronomia, apoiando-se na subordinação social. As relações entre os pares, ao contrário, estão calcadas na reciprocidade e na autonomia, pois operam em um contexto de iguais, permitindo ao sujeito a gradativa descentração.

A equilibração representa outro fator do desenvolvimento mental e constitui, segundo Piaget (1964/2003, 1947/1958, 1966/2003) o elemento de coordenação dos anteriores, assegurando o equilíbrio entre os fatores internos e externos. A equilibração, tomada por Piaget (1975/1976, 1964) no sentido de autoregulação, constitui o fator

fundamental do desenvolvimento, pois consiste em um jogo de regulações e compensações frente às perturbações exteriores causadas pelas atividades do sujeito e que constitui resposta para que ele atinja uma melhor adaptação. Considerando a equilibração como um processo, significa que ele é dinâmico e contínuo, portanto, não tem parada, não tem ponto final, pois à medida que se resolvem novos conflitos, outros surgem. O que leva Piaget (1972/1973) a afirmar: “desde que o equilíbrio seja atingido num ponto, a estrutura é integrada num novo equilíbrio em formação, até um novo equilíbrio sempre mais estável e de campo mais extenso” (p. 241).

Assim, se as estruturas intelectuais disponíveis apresentam-se insuficientes para enfrentar uma nova situação, ocorre o desequilíbrio. Atuando, essas estruturas começam a se adaptar às novas circunstâncias, caminhando para um estado superior e mais complexo de equilíbrio, como forma de superação das perturbações cognitivas. A equilibração ou processo de auto-regulação interna do organismo constitui-se na busca sucessiva de reequilíbrio após cada desequilíbrio sofrido. A equilibração constitui o processo de coordenação da maturação, experiências e socialização de modo a construir e reconstruir estruturas mentais. Segundo Moro:

Cada um desses fatores constitui, para Piaget, condições necessárias, mas não suficientes ao desenvolvimento. Mesmo assim, o processo de equilibração é, na teoria de Piaget, o fator fundamental em face da importância das interações sujeito-objeto. É esse fator que congrega e regula a atuação dos outros fatores, para que o indivíduo construa progressivamente suas estruturas, em direção a níveis de organização e adaptação mais aperfeiçoados. (1987, p. 21).

2.3. A TOMADA DE CONSCIÊNCIA

Os estudos com enfoque piagetiano afirmam que o conhecimento é resultado de um processo constante de construção e reconstrução em busca da compreensão de um fato, que acontece com a participação da capacidade do sujeito e do mundo objetivo.

Dessa forma, a tomada de consciência, o conhecimento de um objeto ou de um fato, não é simplesmente uma cópia da realidade ou de uma incorporação passiva. Para conhecer o objeto, o sujeito deve agir sobre ele, seja em nível de ação física, seja

como ação mental. A ação implica modificação, transformação e entendimento desses processos para compreender a construção do mesmo. O entendimento envolve tomadas de consciência, que é um processo que parte da interação entre o sujeito e o objeto do conhecimento.

A tomada de consciência é entendida como a passagem do 'saber fazer' para o 'compreender', fato que necessariamente envolve um mecanismo interno de ação. Diante disso, explica Piaget (1974/1978b, p.176): "Fazer é compreender em ação uma dada situação em grau suficiente para atingir os fins propostos, e compreender é conseguir dominar, em pensamento, as mesmas situações até poder resolver os problemas por elas levantados, em relação ao porquê e ao como das ligações constatadas e, por outro lado, utilizadas na ação". Como vimos, a ação precede o pensamento, isso quer dizer que, na prática, no saber fazer, a criança faz corretamente, porém, se for solicitada a explicar qual foi o processo que utilizou não consegue, pois ainda não tem consciência do caminho percorrido, ou seja, dos meios utilizados, "assim, tomar consciência não consiste simplesmente em projetar luz sobre noções já completamente elaboradas. A tomada de consciência é uma reconstrução, e, portanto, uma construção original sobrepondo-se às construções devidas à ação. Como tal está necessariamente em atraso sobre a atividade propriamente dita" (PIAGET, 1932/1977, p.154).

Na tomada de consciência a criança busca identificar os meios empregados, motivos das escolhas realizadas e as modificações ocorridas no decorrer da experiência. A criança, que até então se centrava apenas nos resultados figurativos da ação, volta seu pensamento para o todo, ou seja, para o processo. Pode-se dizer que há um processo de descentração.

A tomada de consciência (PIAGET, 1974/1978a; 1974/1978b) é em especial um passar do "ter êxito" em um problema a "compreender" porque houve êxito ou fracasso. No êxito, as ações do sujeito estão voltadas, unicamente, ao objeto e, no compreender, a finalidade principal é conhecer e modificar o próprio conhecimento. A importância da tomada de consciência na conceituação de uma noção e sua mudança conceitual estão

ligadas à abstração reflexionante que conduz a níveis de equilíbrio e desequilíbrio cada vez mais complexos.

O poder operacional, adquirido pelo indivíduo a partir das trocas e influências contínuas entre a ação e a conceituação, vai se estender indefinidamente por meio da construção de novas operações sobre as precedentes até atingir o mundo dos possíveis, que vai muito além dos limites da ação. Assim Piaget nos diz que “a tomada de consciência de um esquema de ação o transforma num conceito, essa tomada de consciência consistindo, portanto, essencialmente, numa conceitualização”. (1974/1978a, p. 197).

Entende-se por conceituação não uma simples leitura do que ocorre em nível das ações, mas “é uma reconstrução, e que introduz características novas sob a forma de ligações lógicas, com estabelecimento de conexão entre a compreensão e as extensões” (PIAGET, 1974/1978a, p. 208). Há uma passagem gradativa da periferia para as regiões centrais. O mecanismo formador, tanto da ação como da conceituação é, ao mesmo tempo, retrospectivo e construtivo. Retrospectivo porque tira seus elementos de fontes anteriores e construtivo como criador de novas ligações.

É preciso fazer aqui a distinção entre dois fatores que estão envolvidos no processo de tomada de consciência na construção do conhecimento: a abstração empírica e a abstração reflexionante (PIAGET, 1974/1978a). Entende-se por abstração empírica a ação que se apóia sobre os objetos físicos ou sobre os aspectos materiais referentes à própria ação, como, por exemplo, pegar e rasgar. O sujeito abstrai as propriedades físicas dos objetos como o peso, a cor, etc. Em síntese, há uma centração nos dados que são observáveis. Quanto à abstração reflexionante, refere-se às inferências extraídas das coordenações das ações, há um processo de reconstrução mental em que o sujeito se apóia não só nos dados observáveis, mas sim, basicamente, num processo de coordenação mental.

Piaget (1974/1978a, p. 208) explica a existência de três níveis de conhecimento (sucessivos e hierarquizados) em relação à evolução da ação para a conceituação. Primeiramente há um nível de conhecimento que é o da ação material sem conceituação. Apesar de não haver conceituação, há um sistema de esquemas que

constitui um saber muito elaborado. As construções que levam à capacidade de coordenação ainda estão distantes de consciência do sujeito. Este fato possibilita a construção de uma forma de lógica dos esquemas, que precede a linguagem e o pensamento, onde atuam as relações de ordem, os encaixes de esquemas, correspondências, intersecções, uma certa transitividade que futuramente constituirá as estruturas operatórias.

Um segundo nível refere-se à conceituação, que pega seus elementos da ação a partir de suas tomadas de consciência, acrescentando-lhes tudo o que comporta de novo o conceito em relação ao esquema. Aqui, o que caracteriza o movimento de interiorização é o fato de ele ser marcado primeiramente por um processo geral de tomada de consciência das ações materiais através de representações semiotizadas, ou seja, por meio da linguagem das imagens mentais, etc. Desde o início dos progressos da própria ação, a tomada de consciência é acompanhada pelos dois tipos de abstrações citadas anteriormente: a abstração empírica, que possibilita descrever os fatos observados e constatados a partir da ação e a abstração reflexionante ou refletidora, que a partir das coordenações das ações, extrai o necessário para conceituar, isto é, para ligar e interpretar os dados fornecidos pela observação. É dessa forma que a conceituação se torna operatória, mas com a ressalva de que, apesar da capacidade de raciocínios e estruturações de forma operatória (seriações, classificações, número), as estruturas que as possibilitam ainda não são compreendidas pelo sujeito, ou seja, permanecem inconscientes.

O terceiro nível, o das abstrações refletidas, consiste em operações de segunda potência. São operações novas, mas realizadas sobre operações anteriores, o que mostra se tratar uma vez mais de abstrações que ocorrem a partir do nível precedente, mas enriquecidas por novas combinações até então não realizadas. Nesse novo nível a situação se modifica, pois a tomada de consciência torna-se uma reflexão do pensamento sobre si mesmo. Em função do movimento de interiorização que corresponde ao domínio lógico-matemático, o sujeito torna-se capaz de teorizar e não mais apenas de raciocinar concretamente, ou seja, o sujeito passa a operar sobre as operações. Quanto à exteriorização, o sujeito está apto à elaboração de hipóteses,

sendo capaz de considerar vários modelos que possam explicar um determinado fenômeno e submetê-los ao controle dos fatos.

A contribuição da psicologia genética é fundamental para o desenvolvimento deste trabalho, pois através dela podemos seguir passo a passo à dialética entre a criança e o mundo ao seu redor, com os incessantes equilíbrios e desequilíbrios na busca de um maior conhecimento.

3. OS ESTUDOS SOBRE A COMPREENSÃO DO MUNDO SOCIAL

Como vimos, a psicologia genética tem por objetivo estudar como os sujeitos adquirem o conhecimento e como ocorre a passagem de um patamar de conhecimento mais elementar para outro mais avançado. Essa construção é individual e consiste em reelaborações e reorganizações internas que realizamos a partir de nossas interações com o meio. Durante muitos anos Piaget estudou e demonstrou essa construção e evolução em diferentes noções, como, por exemplo, número, espaço, tempo, causalidade e diversos temas, sobretudo relacionados ao pensamento físico e lógico-matemático. Mas seus trabalhos possuem poucos estudos referentes à construção de noções sociais.

Estudos piagetiano relativamente recentes, a partir de 1970, têm acrescentado na sua linha de pesquisa os conhecimentos sociais. Esta forma de estudo é comumente chamada de cognição social. Costuma-se incluir no rol de conhecimentos dessa natureza o conhecimento de si mesmo (autoconceito), o de como os outros pensam e sentem, suas intenções e motivações, percepções e personalidade, além de conceitos de relações interpessoais (amizade, confiança, obediência), de instituições, regras, convenções e julgamento moral (DELVAL, 1989, 1994; DELVAL e ECHEÍTA, 1991; DELVAL e PADILLA, 1999). Estes estudos, no entanto, apresentam controvérsias sobre a especificidade do conhecimento social, tendo aparecido algumas confusões não apenas quanto ao próprio conceito de “social”, mas também quanto à perspectiva da relação social estudada. De acordo com Delval, o estudo do conhecimento social a partir da psicologia genética é “muy floreciente en la actualidad (...), parte de que la conducta social no puede entenderse sin estudiar el conocimiento social, y trata de estudiar cómo se origina ese conocimiento, sobre todo el conocimiento de los otros, el de uno mismo, y las relaciones entre uno mismo y los otros”.(1989, p. 251)

Em alguns dos seus textos, Delval tenta amenizar o debate e delimitar o campo em questão (1989, 1991, 1994, 1999). Observa que toda atividade humana é social em sua origem, mas nem todo conhecimento tem um objeto social como conteúdo. De acordo com Delval (1989, 1994), o interesse tardio pelo estudo do conhecimento social

deve-se ao fato de os conceitos relacionados às ciências sociais serem muito complexos, não se encontrarem claramente definidos, e, ainda, porque não há, em relação aos conceitos de nação, sistema democrático, classe social, família, entre outros, um consenso, como ocorre com os conceitos lógico-matemáticos.

Para a psicologia genética nenhuma forma de conhecimento pode ser elaborada isoladamente. Nenhuma propriedade física do objeto pode ser abstraída sem um quadro lógico-matemático, assim como as relações são feitas a partir das propriedades observáveis e informações recebidas do meio, ou seja, um fato nunca é totalmente redutível a um observável ou a uma inferência. Piaget (1967/2003), sem negar a especificidade de cada campo de conhecimento, afirma que: “(...) todo conhecimento do objeto, de qualquer natureza que seja é sempre assimilação a esquemas e estes esquemas contém uma organização lógica ou matemática, por mais elementar que seja”. (p. 378)

O conhecimento do mundo social representa, assim, um tipo particular de conhecimento, regido pelas mesmas leis e processos psicológicos subjacentes aos demais conhecimentos. O que difere, porém, é que por ter uma origem cultural, o conhecimento social precisa do contato entre a pessoa de uma mesma sociedade para que se estabeleça o conhecimento. Como afirma Delval (1991, p. 204):

Creo que no hay grandes diferencias entre cómo se forman las reglas sociales y las reglas referentes al mundo físico que nos permiten construir modelos acerca de cómo funciona la realidad física. El paralelismo entre cómo construimos la representación del mundo físico y la representación del mundo social es muy grande, aunque posiblemente existan también algunas diferencias.

Dessa forma, para o construtivismo piagetiano, mesmo sendo derivado de convenções sociais, o conhecimento social, assim como o físico e o lógico-matemático, implicam em uma atividade construtiva por parte da criança. Para compreender o mundo social, a criança atua sobre a realidade e, a partir dos fatos ou observações que pode assimilar, elabora representações acerca da realidade que não são cópias fiéis dela, mas inferências, frutos de sua própria experiência.

Pesquisadores piagetianos, adotando o referencial construtivista, investigaram a gênese e evolução de diferentes noções sociais, como por exemplo: idéias infantis acerca da organização social, da riqueza e pobreza, sobre a guerra e a paz, sobre a mobilidade socioeconômica, entre outras. Partem do pressuposto de que a criança constrói o conhecimento sobre a sociedade a partir da ação e utilizando as estruturas cognitivas de que dispõe. Assim, o conhecimento parte da própria experiência, das informações que recebe direta ou indiretamente das pessoas, da escola e dos meios de comunicação, tais como: idéias sobre família; escola; governo; igreja; direito; riqueza e pobreza; estratificação e mobilidade social; amizade; etnia; guerra e paz; lucro; e as formas de compreender as estruturas sociais, econômicas, políticas e jurídicas, dentre outros.

Estes estudos revelam que as crianças não assimilam passivamente as informações que vêm do meio social e é por meio de uma lenta construção que chegam a compreender muitos aspectos da realidade que são claros para os adultos. Nesse sentido, Delval e Padilla (1999) afirmam:

Pero el hecho de que el conocimiento sea social, de que otros lo posean e intenten transmitírnoslo, de que sea compartido, no quiere decir que se adquiera por copia o transmisión verbal de lo que los otros saben. El sujeto que adquiere un conocimiento no se limita a adquirir lo que otro sabe, sino que lo tiene que reconstruir. De otro modo no se podría explicar que las concepciones de la sociedad de sujetos de distintas edades difieran mucho entre ellas y difieran de las de los adultos, y, en cambio, se parezcan entre sujetos de parecida edad que viven en diferentes países o culturas. (p.128)

Dessa forma, os resultados de pesquisas, no campo do conhecimento social, têm evidenciando o processo de elaboração que as crianças realizam e não de inculcação passiva das informações externas. Também evidenciam um caráter universal dessa construção, visto que as crianças de diferentes culturas e países parecem apresentar o mesmo tipo de evolução na compreensão das questões sociais pesquisadas.

Construir representações sobre o mundo social é uma das mais interessantes características do homem e também um dos mais difíceis estudos. A nossa representação do mundo físico aproxima-se bem da realidade, mas o conhecimento da

sociedade está orientado por nossos preconceitos, interesses, pontos de vista, e também, pela nossa posição social, e por vermos o mundo pela nossa posição social, temos dificuldade de estudá-lo. Conforme afirma Delval e Padilla:

El ser rico o ser pobre, poderoso o insignificante, pertenecer a un país o a otro, profesar una religión concreta o no practicar ninguna, ser hombre o mujer, joven o viejo, etc., determina de una manera muy profunda cómo vemos la sociedad y los fenómenos que se producen en ella.” (1999, p. 126)

Quando, numa conversa informal, perguntamos às crianças sobre problemas sociais, podemos perceber a sua dificuldade de entender fatos que para nós adultos são óbvios, pois os conceitos sociais são complexos e mal definidos para as crianças, elas têm dificuldade de entender a divisão do país em estados, as formas de governo, as diferentes religiões, os graus de parentesco, entre outros.

As concepções que o homem tem sobre o funcionamento da sociedade como o papel social, as leis, a religiosidade, o poder, as relações familiares, a noção de lucro, a mobilidade social, o conhecimento científico, a história, etc, determina sua forma de agir na sociedade e repercute no seu comportamento familiar, religioso, político, econômico.

Para entendermos a ordem social, como ela se mantém, quais as ações dos sujeitos para sua estabilidade, ou o que é necessário para sua mudança, é preciso conhecer como os sujeitos representam essa ordem social, quais são os modelos mentais que formam da sociedade e de sua própria ação dentro dessa ordem, assim como as repercussões que a ação do sujeito tem sobre os outros e sobre a ordem social de forma geral. Conforme vemos em Delval, “estudiar cómo se establece la conducta social y el conocimiento e la sociedad es algo indispensable para conocer más profundamente al hombre como ser social y tiene unas implicaciones prácticas de un alcance insospechado” (1991, p. 196).

O crescente interesse pelo estudo do conhecimento social tem gerado, em inúmeros países, importantes investigações sobre as representações da criança sobre os diferentes pontos do funcionamento e da organização social. No Brasil, as pesquisas

que versam sobre esta temática encontram-se em um nível basicamente descritivo e exploratório.

3.1. PERSPECTIVAS TEÓRICAS SOBRE A FORMAÇÃO DO CONHECIMENTO SOCIAL

Como vemos em Delval (1989, 1991, 1994, 1999), Delval e Padilla (1999), todo o conhecimento é social na sua origem. Ele só se produz na sociedade e é compartilhado com nossos semelhantes, tanto o conhecimento do mundo físico como o que envolve seres humanos e suas relações.

Os primeiros estudos do conhecimento da sociedade enfatizam que a criança recebe as noções sociais dos adultos que a rodeiam e que a pressão do ambiente determina a forma de ver o mundo e suas representações. Este ponto de vista serviu como base para trabalhos posteriores: por um lado, da sociologia, e, em especial, da perspectiva de Durkheim e sua escola, que vêem que é a pressão social que determina as representações do sujeito, e por outro lado, da psicologia condutista, que atribui a formação das condutas ao ambiente. Ambas as posições apóiam-se na idéia da socialização, compartilhando a crença de que é a influência exterior que determina as representações do sujeito, deixando pouco lugar para a atividade do sujeito.

Atrelado à ótica da socialização, muitas pesquisas foram feitas nos anos 50 e 60, buscando investigar a influência das variáveis do ambiente nas idéias das crianças, tais como: classe social, tipo de educação, afiliação política, religiosa, etc. Os estudos embasados nessa posição teórica enfocam, em especial, os conteúdos do pensamento infantil, buscando ver até que ponto estes se aproximam ou se distanciam daqueles dos adultos. Observa-se, na maioria desses trabalhos publicados sob o enfoque da socialização, uma ausência de preocupação com o modo como os sujeitos organizam e selecionam as informações sociais, já que pouco destaque é dado à relação entre suas ferramentas intelectuais e sua maneira de entender a realidade social (Delval, 1989).

A partir dos anos 60, a teoria das representações coletivas de Durkheim é retomada por Serge Moscovici, que afirma que as representações sociais são um

conjunto de proposições, reações, avaliações e conhecimentos compartilhados pelos sujeitos de um grupo social. O pensamento principal dessa perspectiva é o de que o sujeito recebe as representações sociais pela comunicação social, do grupo social ao qual pertence. Dessa forma, acredita-se existirem diferentes representações nos distintos grupos sociais. As representações estão presentes na sociedade, por isso, não são um produto de uma construção individual, mas sim, um fenômeno social que, de alguma maneira, segundo Moscovici, impõe-se aos indivíduos.

Para a perspectiva construtivista o fato do conhecimento ser social, de que os sujeitos o possuem e tentem transmiti-lo, de que seja compartilhado, não significa que o conhecimento seja simplesmente adquirido por cópia ou transmissão verbal. Se isso fosse possível, como explicar que a compreensão das crianças de idades diversas sobre as concepções da sociedade diferenciem tanto entre elas, embora vivam na mesma localidade (ser rico ou pobre; a noção de lucro; o direito)? E o que dizer das compreensões que são idênticas (podemos nos referir aos mesmos pontos), embora vivam em diferentes países e culturas? Isto evidencia que não é apenas a influência do meio, mas há uma construção do conhecimento por parte da criança. Com as informações fornecidas pelos adultos e com o que a criança seleciona, ela vai construindo a representação da organização social e das atividades sociais e logo consegue uma série de normas sobre o que deve ou não fazer. Assim “hay que tener, pues, presente que la construcción del conocimiento está determinada socialmente, pero que se realiza por individuos y cada individuo tiene que llevar a cabo individualmente esa construcción, con todas las presiones que queramos”.(DELVAL, 1991, p. 192).

Ao final da década de 1940 surgiu um renovado interesse em estudar as dificuldades que a criança tinha em conhecer os fenômenos sociais. Até esta data, a psicologia interessava-se principalmente em pesquisar a conduta da criança e afirmava que esta se devia à influência do meio em que se desenvolvia. O interesse crescente em investigar mais profundamente as diferentes formas de estruturação do conhecimento social tem feito com que muitos trabalhos, envolvendo diferentes

questões e sob diversos enfoques teóricos, venham sendo realizados, tal como ocorreu com o estudo da construção do conhecimento físico e do lógico-matemático.

Na obra “A representação do mundo na criança”, Piaget (1926/2005) demonstrou que o conteúdo do pensamento da criança, suas crenças e a elaboração de explicações sobre fenômenos e fatos passam por diferentes níveis de complexidade. Nas obras “O raciocínio na criança” (1924/1978) e “O julgamento moral da criança” (1932/1977), Piaget fornece os pontos de partida para o estudo do conhecimento social, afirmando que as interpretações sociais, feitas pela criança sobre um mesmo fato, assumem diferentes significações e passam por várias mudanças até chegarem a uma elaboração final.

Os estudos de Piaget e seguidores sobre o conhecimento social (DELVAL, 1989, 1994, STRAUSS, 1952; JAHODA 1979, 1981, 1983; FURTH, 1980; DANZINGER, 1958) demonstraram que, embora esteja inserida no mundo social desde o nascimento, a criança não dispõe, ao nascer, de instrumentos intelectuais completos, nem de uma representação do que a rodeia; ao contrário, necessita construir ambos concomitantemente. Nesse processo, ela não se limita a reproduzir fielmente as informações provenientes do meio social, mas as reelabora ativamente a partir de seus próprios instrumentos intelectuais, afetivos e sociais, postos em funcionamento pelos interesses, motivações e necessidades, que estão relacionados ao contexto social em que o sujeito vive.

Ao longo do desenvolvimento, a criança constrói um repertório muito completo de comportamentos, indicando o que se deve ou não fazer e o que se pode esperar do mundo segundo as distintas situações. Esses comportamentos assumem a forma de representações, constituindo um modelo do mundo e não se parecem em nada a uma assimilação passiva, produto da influência dos adultos; ao contrário, são o resultado de uma atividade construtiva da criança a partir de elementos que recebe e seleciona do meio sociocultural.

Para o desenvolvimento social a criança precisa formar representações dos outros e de si mesma, assim como os diferentes tipos de relações sociais, como parentesco, amizade, autoridade, entre outros. A criança aprende a reconhecer as

diversas situações que vive no seu cotidiano e age sempre como de costume. Como afirmam Delval e Padilla, “cuando nos dirigimos a otro tenemos expectativas sobre lo que va a hacer, realizamos anticipaciones de su conducta, y la nuestra está guiada por esas anticipaciones. Construimos modelos de las situaciones y nos comportamos adecuadamente dentro de ellas” (1999, p, 127).

Nos últimos trinta anos surgiu a psicologia do conhecimento social, que é o campo específico desse estudo e que busca compreender como damos sentido às condutas dos outros, como as tornamos significativas, como as interpretamos, como as aceitamos de forma habitual, como interpretamos a conduta dos outros e a ligamos à nossa, situando-a dentro do nosso sistema social. Pretende, enfim, entender a construção individual do conhecimento social. Como afirma Delval (1989, p. 251), “(...), la conducta social no puede entenderse sin estudiar el conocimiento social, y trata de estudiar cómo se origina esse conocimiento, sobre todo el conocimiento de los otros, el de uno mismo, y las relaciones entre uno mismo y los otros.”

Delval (1989, 1994) e Delval e Padilla (1999) esclarece que as representações ou modelos elaborados pelo sujeito sobre a realidade em que vive abrangem os distintos aspectos do mundo natural, psicológico e social. Os trabalhos que vêm sendo desenvolvidos sobre o conhecimento social podem ser classificados em três grupos temáticos, caracterizando-os como:

- a) No conhecimento dos outros e de si mesmo, também chamado de conhecimento psicológico ou pessoal, o sujeito vai elaborando um conhecimento das pessoas e das relações com elas, e através dele vai conhecendo a si mesmo. Do ponto de vista do sujeito, pode ser considerado um conhecimento psicológico, pois considera o estado mental dos outros e se antecipa como vão se comportar entre eles ou em relação com o sujeito. Do ponto de vista de quem está fora da relação, vê-se como conhecimento social, porque há relação entre pessoas. Este tipo de estudo tem recebido o nome de cognição social, onde estudam as relações interpessoais como a amizade, a autoridade, entre outros.

b) o conhecimento moral e convencional trata da forma como o sujeito vai adquirindo as regras ou normas que regulam as relações com os outros. As normas morais regem os pontos mais gerais das relações interpessoais, enquanto as normas convencionais visam regular os mais particulares, próprios de cada sociedade. Estes estudos se originaram no trabalho de Piaget sobre o julgamento moral (1932/1977).

c) o conhecimento das instituições caracteriza o campo propriamente social, sendo o objeto de pesquisa da sociologia, envolvendo as relações entre os indivíduos ou grupos que transcendem o individual. O estudo dos sujeitos como seres sociais, que estão inseridos em instituições sociais e que se comportam desempenhando papéis, como é o caso das relações com o bancário, com o professor, com o comerciante, com o político, entre outros, não são relações pessoais, como é o caso da amizade; mas são relações entre papéis sociais, pois se tratam de relações institucionalizadas. “Lo que más propriamente podemos llamar conocimiento social es ese conocimiento del funcionamiento de la sociedad en sus distintos aspectos, que es un conocimiento de relaciones institucionalizadas” (DELVAL, PADILLA, 1999, p. 128).

O conhecimento do que seja propriamente social, que seria a construção feita pelo sujeito dos aspectos que constituem o conhecimento social, vai se aprofundando cada vez mais e sofrendo sucessivas reorganizações. Dessa forma, a criança vai construindo os princípios gerais da organização social que certamente não se formam rapidamente, mas sim ao longo do tempo.

O conhecimento que primeiramente era basicamente psicológico, isto é, simplesmente o conhecimento do outro e as regras que eram utilizadas para regular o comportamento vão ampliando-se até aparecer a diferença entre as pessoas e o papel social que elas desempenham.

As formas de relações sociais aumentam com o tempo, como já dissemos. Inicialmente há o relacionamento de autoridade, de dependência de amizade, que são relações entre pessoas. Com o tempo aparecem relações que são mais amplas como as de dependência política ou econômica, que não são mais puramente relações entre

pessoas. A relação que se estabelece com o bancário não é uma relação pessoal, mas sim com uma pessoa que desempenha uma função. A criança inicialmente não entende que a atividade que o bancário realiza é uma atividade social e que ele precisa trabalhar para poder sustentar-se. As crianças supõem que os adultos encontram satisfação em desempenhar as suas funções. “Las personas desempeñan las funciones porque está dentro del orden natural que las realicen y parece que implícitamente se supone que los sujetos encuentran un placer en la realización de esas funciones: les gusta hacer esa tarea” (DELVAL, 1991, p. 207).

Vemos então que o estudo do conhecimento social evidencia dificuldades na compreensão da sociedade e seu funcionamento. Sua construção implica em questões sociais com as quais as crianças têm pouca experiência e as informações geralmente são fragmentadas, muitas vezes contraditórias e provêm de fontes muitas vezes diversas. Além disso, a criança precisa realizar a difícil tarefa de integrá-las num sistema coerente.

É complicado perceber na formação da criança o que advém do social e o que se deve ao individual, onde há ação de fatores internos e onde ocorrem as transmissões exteriores. Quando a criança está aprendendo sua língua materna, ela entra em contato com símbolos e signos organizados por várias gerações, e também necessita ter condições biológicas que estão ligadas ao sistema nervoso que pode ser precoce ou tardio, dependendo da criança. Dessa forma percebemos a presença das interações coletivas e fatores orgânicos. Assim, há explicação sociológica e biológica para o mesmo fato.

Como afirma Piaget, a psicologia e a sociologia são interdependentes:

Cada um dos problemas que suscita a explicação psicológica se encontra, pois, sobre a explicação sociológica, com a única diferença que na sociológica o “eu” é substituído pelo “nós” e que as ações e “operações” se tornam, uma vez completadas pela adjunção da dimensão coletiva, interações, quer dizer, condutas se modificando umas às outras (...) ou formas de “cooperação”, quer dizer operações efetuadas em comum ou em correspondência recíproca. (1965/1973, p. 22).

Piaget busca analisar, então, como e de que maneira a vida social interfere na lógica do sujeito:

A esse respeito a psicologia genética, que estuda o desenvolvimento dos conhecimentos sob o duplo aspecto de sua formação psicológica e de sua evolução histórica, depende, tanto da sociologia quanto da psicologia, a sociogênese dos diversos modos do conhecimento não se revelando nem mais, nem menos importante que sua psicogênese, pois são estes dois aspectos indissolúveis de toda formação real. (PIAGET, 1965/1973, p, 25).

Esta problemática revela dois aspectos paralelos, mas distintos, que estão relacionados à transmissão do entendimento racional da verdade. Um desses aspectos é o egocentrismo, que está na mente humana, que confunde os fatos. O outro fator é o sociocentrismo, isto é, as forças sociais que conduzem para a rigidez do conhecimento humano e não para a plasticidade da criatividade humana. Estes dois fatores trabalham concomitantemente para constranger o desenvolvimento do conhecimento racional.

Tanto o egocentrismo como o sociocentrismo constituem-se como oposição às operações descentradas da razão. As representações coletivas sociomórficas revelam a forma como os indivíduos se representam em comum, seu grupo social e o universo. Piaget nos diz:

E é porque essa representação só é intuitiva ou mesmo simbólica, e não ainda operatória, que ela é sociocêntrica, devido a uma lei geral a todo o pensamento não-operatório, que é a de permanecer centrado em seu sujeito (individual ou coletivo). Ainda mais, transmitida e consolidada pelas coações da tradição e da educação, ela se opõe precisamente à formação das operações racionais, que implicam o livre jogo de uma cooperação de pensamento fundamentada na ação. (1965/1973, p.84)

O sociocentrismo pode ser traduzido como ideologia na medida em que sua função traduz as idéias e aspirações nascidas de conflitos sociais e morais, centrando o universo sobre os valores elaborados pelo grupo. O processo de conhecimento objetivo supõe uma descentração que se caracteriza como semelhante na sociedade e no indivíduo. Da forma que o sujeito toma consciência de seu ponto de vista libera-se do seu egocentrismo intelectual, em conseqüência, o pensamento coletivo é liberado do

sociocentrismo, pois descobre as amarras que o retêm à sociedade, se situando em um conjunto de relações que as une à sua natureza (PIAGET, 1965/1973).

Conforme vemos em Smith (1995), Piaget nunca afirmou que o indivíduo sozinho possa construir o conhecimento real. Ele sempre voltava sua ótica para a inter-relação entre a contribuição social e individual na busca do conhecimento. Para Piaget a transmissão inicial de todos os conceitos se dá por via social e sua legitimação racional requer a intervenção de fatores lógicos. Assim, o teórico considera a experiência social como condição para o desenvolvimento intelectual, mas a busca da superação, do entendimento, deve ser interna.

Piaget (1976) ainda enfatiza que uma troca real de pensamento requer indivíduos que pensem inicialmente em termos de valores transmitidos culturalmente. São regras, conceitos e signos que estão à disposição do sujeito para então repensá-los, usando os próprios recursos intelectuais. Isso subentende que toda interação social se manifesta sob a forma de regras, de valores e de símbolos. Este tema será melhor explicitado no próximo tópico.

3.2 COMO SE FORMAM OS MODELOS SOCIAIS

Como dissemos, o homem é um ser social que só pode desenvolver-se dentro de uma sociedade e em contato com outras pessoas. A criança nasce no interior de uma organização social que é seu ambiente natural e desde seu nascimento está interagindo com os outros. Se pensarmos bem, mesmo antes do nascimento a criança está sendo influenciada pelo seu meio social, desde a alimentação de sua mãe até a forma do seu parto, que pode ter sido uma cesariana, normal, numa clínica ou em casa.

Os adultos atuam no sentido das crianças se tornarem membros completos dessa sociedade, inculcando-lhes as normas, valores, atitudes e formas de comportamento que os caracterizem como membros da sociedade. A este processo denominamos socialização, que é o processo pelo qual o sujeito chega a adquirir as condutas e os conhecimentos básicos da sociedade em que vive. Nesse processo de socialização, o sujeito se converte num membro da sociedade e compartilha condutas,

crenças, valores e noções com os demais membros e é por isso que é reconhecido com um deles.

Apesar da criança estar totalmente envolvida pelo mundo social e físico desde antes mesmo de seu nascimento, sua experiência é limitada e diferente do adulto. As leis do mundo físico a criança vai experimentando logo ao nascer, com a luz, a escuridão, o sabor do leite, do chá, as superfícies macias, duras, o banho, vai tocando brinquedos de texturas diferentes, enfim vai explorando o universo físico que a rodeia desde muito cedo. Já a experiência com o mundo social é diferente, ela não tem acesso a muitas das atividades sociais até alcançar certa idade, como vemos em Delval:

No participa directamente en muchas de las actividades de la vida social: no va a trabajar y, en el mejor de los casos, sólo conoce los lugares de trabajo superficialmente, de visita, y no ha experimentado lo que es una relación de dependencia laboral. Aunque está sometido a múltiples restricciones por parte de los adultos, ignora lo que son los derechos y deberes y cómo se ejerce la coerción social. No tiene participación en la vida política, que le resulta incomprensible, y la actividad económica sólo le toca de refilón. Además la enseñanza que el niño recibe en la escuela sobre todas estas cuestiones suele ser bastante tardía y parca. No obstante recibe una cierta información de todo ello a través de lo que escucha a los adultos, de la televisión, de la radio, de otros medios de comunicación, de sus conversaciones con otros niños, de lo que aprende en la escuela, de sus propias observaciones. (1989, p. 257)

Quando a criança deseja fazer algo que não consegue ou não sabe, isto é, ainda não tem capacidade de realizar sozinha, depende de um adulto para auxiliá-la, mas se não há quem possa executar o que deseja, ela pode desistir ou tentar encontrar alguma outra forma para conseguir o que deseja.

Tanto en el caso del mundo físico como del mundo social el niño construye sus nociones a través de la resistencia que la realidad exterior le ofrece. Cuando no hay resistencia no hay construcción, mientras que cuando hay un enfrentamiento entre nuestras expectativas y lo que sucede se plantea un conflicto que es necesario resolver de alguna manera. (DELVAL, 1989, p. 253)

Se uma criança quer andar de bicicleta sem rodinhas, ela precisa aprender a equilibrar-se ou desiste. Se uma criança quer brincar de xadrez com outra, mas não sabe as regras, precisa antes aprendê-las. Enfim, é a resistência da realidade ou o conflito (como vimos no capítulo anterior) que proporcionam o avanço do conhecimento.

O trabalho de elaboração pessoal, de síntese dos elementos, é fundamental para a formação das estruturas e conteúdos do nosso conhecimento.

Como vemos em Delval (1999, p. 122), enquanto a criança se desenvolve, vai “construindo explicações e, ao mesmo tempo, vai fazendo perguntas sobre como vemos os objetos, como estão feitas as coisas, por que existem os seres vivos, qual é o ciclo da vida, de onde vem a riqueza, por que existe a família, de onde vem o poder, como é que circulam as mercadorias no mundo econômico, por que o dinheiro tem valor”. Estas perguntas e tantas outras as crianças fazem para poder se situar na sociedade e, dessa forma, vão construindo as suas representações do mundo social.

As particularidades do pensamento infantil da compreensão do mundo social mostram que as representações que a criança elabora para dar coerência à realidade são formadas pelas regras e normas, pelos valores, pelas informações e pelas explicações ou noções.

QUADRO 1 - ELEMENTOS DAS REPRESENTAÇÕES SOCIAIS (CONFORME DELVAL, 1994; DELVAL E PADILLA, 1999).

Regras ou Normas	Indicam como se deve comportar nas diferentes situações sociais.	Adquire-se pela influência exterior. A criança as conhece antes de saber para que servem ou porque devem ser cumpridas. Assumem um sentido diferente quando se constroem as explicações da sociedade.
Valores	Expressam o que a sociedade considera positivo ou negativo, o que se deve fazer ou não. Estão muito ligadas às normas.	Adquirem-se mediante transmissão dos adultos ou companheiros. O sujeito trata de adaptar seus valores aos de seus companheiros e os compartilha com eles.
Informações	Conhecimento sobre aspectos concretos da realidade social.	O sujeito as recebe do ambiente por transmissão dos adultos, dos meios de comunicação e da escola.
Noções ou explicações	Permitem a compreensão de um aspecto da realidade social.	Adquirem-se mais tarde que as regras e valores e supõem um longo trabalho construtivo de elaboração pessoal por parte do sujeito. Uma vez constituídas servem para explicar e justificar normas e valores estabelecidos anteriormente.

Segundo os autores, as normas ou regras, os valores, as informações e as noções ou explicações são fatores essenciais do conhecimento e da conduta social, pois prescrevem como devem ser as ações, e não apenas como elas são.

A criança aprende o conhecimento social a partir de regras provenientes das regularidades dos fatos, isto é, das sucessões de acontecimentos que se repetem de forma semelhante. Quando a criança nasce não possui instrumentos intelectuais completos nem uma representação do mundo que a rodeia, ela nasce dotada de um mecanismo reflexo e é com ele que vai explorando o mundo ao seu redor e vai construindo seu conhecimento. Assim começa a formar novas condutas que se denominam esquema (como vimos no capítulo 2), que são ações repetidas que se organizam e que são requisitadas sempre que ocorrem situações semelhantes. Por exemplo: sempre que a criança chora a mãe vem atendê-la. Dessa forma, com a repetição do choro e a chegada da mãe ela estabelece um conhecimento, inclusive certas antecipações sobre o que vai acontecer quando chorar. “Lentamente va formando nuevos esquemas que constituyen reglas acerca de lo que hay de hacer en las distintas situaciones. Esas reglas fijan entonces la conducta con respecto a los otros y con respecto a uno mismo” (DELVAL, 1991, p.203). A criança nesta fase não tem consciência das regularidades de suas ações, nem que sejam regras, mas sabe que algo vai acontecer depois de uma certa ação. É dessa maneira que a conduta em relação aos outros e a si mesmo começa desde cedo a ser regulada.

Há outro tipo de normas ou regras que estabelecem o que a criança deve ou não fazer em respeito aos outros. Obviamente estas normas são baseadas na pressão do adulto, pois são eles que determinam o que se pode e o que não se pode fazer, e não atendê-las pode reverter em castigos. Exemplo, não jogar comida no chão da cozinha, não pegar o que é da mãe, não mexer no computador, podem ser as primeiras regras que a criança vai recebendo, elas vão se repetindo várias vezes até que as crianças as generalizam e ampliam sua aplicação, isto é, não se pode jogar comida em qualquer chão, não se pode pegar o que é dos outros, não se deve mexer em aparelhos eletrônicos, etc. Para que a criança aprenda as normas e valores os adultos as transmitem claramente e estimulam sua imitação de tal maneira que o trabalho mental no começo da sua aquisição das normas é relativamente passivo, já que os sujeitos às recebem prontas. Neste caso, a transmissão direta por parte do adulto desempenha um papel importante. Como afirmam Delval e Padilla (1999, p.132),

“podría pensarse que el niño se limita a incorporar lo que los adultos le transmiten, pero, de todas formas, el niño sólo es capaz de incorporar aquellas normas que están al alcance de su comprensión”. Essas normas estão estritamente ligadas a valores sociais que indicam o que é desejável ou não do ponto de vista dos membros do grupo social e ditam o que se deve ou não fazer.

En las reglas hay que distinguir entonces las reglas morales, que son reglas de carácter muy general que regulan muchos aspectos de la vida social y reglas que están ligadas a las convenciones sociales, a las costumbres, que pronto se descubre que son reglas de carácter menos básico, más específico, de ámbito de aplicación más limitado, menos obligatorias, y que, por tanto, se pueden vulnerar con menos riesgos. (DELVAL, 1991, p. 204)

As regras sociais, sobre a sua forma de agir e a dos outros, estabelecem os papéis sociais, que são expectativas sobre a conduta do outro, por exemplo, como age a mãe, o irmão, a professora, etc.; que, por sua vez, permitem, por generalização, que se descubra que os irmãos se comportam de determinada maneira, tratando-se, portanto, de um papel de irmão. Os papéis sociais são formados por regras e a criança vai descobrindo que há tipos de pessoas que se comportam quase sempre da mesma maneira em certas situações.

(...). El niño aprende a ser hermano, hijo, alumno, amigo, nieto, primo, estudiante de Preescolar, de EGB ⁶, de Bachillerato, jugador del equipo de balonmano, etc., y empieza ese aprendizaje desde que nace. Lo ejercita en el juego simbólico en el cual la ejecución de los papeles ocupa un lugar muy importante. Posiblemente el conocimiento propiamente social sólo empieza cuando toma conciencia de ello, cuando se da cuenta de la existencia de los papeles, y de su propio papel y lo opone a los otros. Esa toma de conciencia no se produce en un instante determinado, sino que se va gestando lenta y progresivamente, pero hasta el momento en que no hay una toma de conciencia de qué está institucionalizado en la sociedad podríamos decir que no empieza el conocimiento propiamente social. (DELVAL, 1991, p. 205)

A criança recebe informações sobre muitos fatos sociais, sobre aspectos concretos da realidade social, e também as obtém ela mesma atuando dentro do mundo social, registrando suas regularidades e refletindo sobre elas. Apoiando-se no

⁶ EGB – Grau de estudo da Espanha, equivalente ao nosso Ensino Fundamental de 5ª a 8ª série.

que já conhece e incorporando o novo, a criança vai elaborando explicações sobre como e porque as coisas acontecem de uma forma ou de outra, e assim vai construindo a sua forma de ver o funcionamento dos sistemas sociais. As informações, em geral, podem chegar às crianças diretamente através do adulto, dos meios de comunicação ou da escola.

Aliadas às regras, aos valores e às informações, estão as noções ou explicações, que se referem à descoberta do porquê das coisas. Apesar de a criança aprender bem cedo a regra de que para comprar é preciso levar dinheiro à loja, muito antes de saber para que serve o dinheiro, ela não consegue explicar as relações envolvidas na atividade econômica, revelando que saber como funciona o sistema social envolve não apenas aspectos normativos e valorativos, mas refere-se, principalmente, às noções ou explicações que reorganizam os dados obtidos do meio social, possibilitando ao sujeito um grau maior de compreensão.

As noções ou explicações dizem respeito a elementos que não são frutos do ensino, mas são construções dependentes de um trabalho de elaboração da própria da criança e, por isso, são construídas mais tardiamente. Ao referirem-se às noções, os autores afirmam: “El niño las construye con los instrumentos intelectuales de que dispone y llega a explicaciones que no coinciden con las de los adultos y que curiosamente son muy semejantes entre niños de distintos medios sociales y de diferentes países, aunque pudiera creerse lo contrario”. (DELVAL, 1991, p.206).

Pero el sujeto no sólo adquiere normas y valores sino que los organiza para comprender la realidad social. Adquirir los papeles sociales no basta tampoco para formar una representación de la sociedad. Es necesario organizar todos esos elementos, ponerlos en su sitio, comparar unos conocimientos con otros, contraponerlos, etc., en una palabra, poner orden en un caos relativo. Para ello el niño ha necesitado ir desarrollando sus instrumentos intelectuales, lo que le va a permitir manejar más información, y sistematizarla. Así empieza a entender y a construir representaciones de parcela de la realidad social, como pueden ser la actividad en la escuela, la actividad económica que se realiza en la tienda, los comportamientos dentro de la familia, algunas parcelas de la vida política, el funcionamiento de algunos servicios públicos, etcétera. (DELVAL, 1991b, p. 206)

Posteriormente as explicações incidem sobre normas e valores e as reorganizam, e quando se alcança uma certa compreensão, essas explicações

proporcionam um novo sentido às normas e aos valores, tornando possível uma reflexão sobre eles e, inclusive, duvidar sobre seus fundamentos.

Como vemos em Delval (1989), na construção da representação do mundo social é fundamental ter claro a diferença entre informação e organização dessa informação. Os meios de comunicação, os adultos, a escola e a experiência do sujeito estão fornecendo incessantemente informações, mas em muitos casos estas informações são dados soltos e o sujeito precisa organizá-las. Dessa forma, percebemos que a representação do mundo social não se obtém pronta e acabada, mas cada um precisa construí-la num trabalho solitário, apesar da informação ser dada pelos outros. “Hay pues una dialéctica entre lo individual y lo social que hace que se frutifiquem mutuamente” (p. 255). Lentamente a criança vai acostumando-se com os fatos que acontecem a sua volta e vai construindo seu próprio conhecimento.

Pero aunque el niño no puede integrar inmediatamente toda esa información, organizándola en un sistema coherente y completo, tampoco la pierde, sino que la va recogiendo, la va registrando y de vez en cuando hace preguntas acerca de algo que há escuchado, tratando de organizarlo dentro de un sistema. Sin embargo, no aprende ni repite todas esas cosas como si fuera un papagayo, sino que hace una tarea selectiva y esto muestra con claridad que la formación de los conocimientos no es un simple proceso de imitación y de asimilación sino que hay un aspecto creador, constructivo, que tiene que realizar el sujeto y que no puede ser hecho por otros. (DELVAL, 1989, p. 255/6)

Muitas vezes, o que a criança nos responde depende muito do meio social e da cultura em que vive, das idéias dominantes, ainda que sejam assimiladas com seus instrumentos intelectuais. Mas quando solicitamos explicações sobre o funcionamento do sistema social e os conceitos que formam parte deles, as variações são menores e encontramos processos construtivos que são mais universais. De acordo com Delval e Padilla (1999, p.134), “Es fácilmente comprensible que los contenidos del pensamiento tienen que variar de acuerdo con el entorno, pero la manera de explicar los fenómenos, que está mucho más ligada a las capacidades mentales de los sujetos, es más semejante”.

Vemos assim, apoiados nos diversos estudos baseados na psicologia genética, que a criança não reproduz os conhecimentos sociais, mas estes, ao serem incorporados, sofrem modificações à medida que a criança tenta explicá-los.

3.3 FORMAS DE RELAÇÕES INTERINDIVIDUAIS – COAÇÃO E COOPERAÇÃO

Como vimos, desde o nascimento a criança está sujeita às pressões do meio social. Dessa forma, é importante prestar atenção na qualidade das relações interindividuais, que podem apresentar-se de duas formas: coação e cooperação. (PIAGET, 1932/1977; 1965/1973). “A primeira implica uma autoridade e uma submissão, conduzindo assim à heteronomia. A segunda implica a igualdade de direito ou a autonomia, assim como a reciprocidade entre personalidades”. (PIAGET, 1965/1973, p. 168). Quando bem pequena a criança considera as regras como obrigatórias, sagradas e que devem ser seguidas ao pé da letra devido à coação exercida pelos mais velhos.

Piaget (1932/1977) fala que a relação de coação faz com que a criança realize a vontade do adulto, obedecendo à sua autoridade e que isso é o certo. A cooperação, ao contrário, pela sua forma de se relacionar evocando o respeito mútuo, conduz a uma autonomia. “A grande diferença entre coação e cooperação, ou entre o respeito unilateral e o respeito mútuo, é que a primeira impõe crenças ou regras completamente feitas para serem adotadas em bloco, e a segunda propõe um método de controle recíproco e de verificação no campo intelectual, de discussão e de justificação no domínio moral”.(PIAGET, 1932/1977, p. 84).

Para que a criança aceite uma instrução como regra, dever ou obrigação é necessário que receba a instrução de outro sujeito e que respeite quem lhe passou a instrução. Vemos em Piaget que “não é o caráter obrigatório da regra prescrita por um indivíduo que nos incita a respeitar esse indivíduo, é o respeito que temos por esse indivíduo que nos faz considerar como obrigatório a regra fixada por ele” (1932/1977, p. 92).

A coação não transforma o sujeito, mas sim o limita. Ela é aliada do egocentrismo infantil, por isso a criança tem dificuldade de estabelecer relações recíprocas com o adulto, ficando focada em seu ponto de vista.

O egocentrismo, na medida em que é confusão do eu com o mundo exterior, e o egocentrismo, na medida em que é falta de cooperação, constituem um único e mesmo fenômeno. Enquanto a criança não dissocia seu eu das sugestões do mundo físico e do mundo social, não pode cooperar, porque, para tanto, é preciso estar consciente de seus eu e situá-lo em relação ao pensamento comum. Ora, para tornar-se consciente de seu eu, é necessário, exatamente, libertar-se do pensamento e do contato do outro. A coação exercida pelo adulto ou pelo mais velho e o egocentrismo inconsciente do pequeno são, assim, inseparáveis. (PIAGET, 1932/1977, p. 81).

A cooperação permite que a criança ultrapasse o egocentrismo. Enquanto a coação reforça os traços próprios do egocentrismo, a cooperação a liberta. Sem o contato de cooperação com o outro, a criança não consegue construir sua autonomia. Se a relação for de respeito unilateral, a criança não ultrapassa a heteronomia. Só haverá autonomia se houver uma relação de reciprocidade e cooperação, em que prevaleça o respeito mútuo.

Quando a criança está entre iguais precisa justificar seus pensamentos, abrir mão de suas idéias e reconhecer a dos outros. Dessa forma, quanto mais a criança se relaciona socialmente e utiliza as lógicas em suas atividades, mais estrutura seu pensamento.

3.4 OS CAMPOS DA REPRESENTAÇÃO DO MUNDO SOCIAL

A representação do mundo social é ampla e com limites difusos, onde se podem distinguir aspectos centrais e periféricos. Os pilares centrais da representação social compreendem a política e a economia. Ao seu redor se organizam outros pontos como a nação, a família, a escola, entre outros. Na sequência, alguns aspectos da representação do mundo social são apontados.

QUADRO 2 - CAMPOS DA REPRESENTAÇÃO DO MUNDO SOCIAL (CONFORME DELVAL, 1989, 1994; DELVAL E PADILLA, 1999).

TEMAS DA REPRESENTAÇÃO	ASPECTOS SOBRE OS QUAIS VERSAM AS REPRESENTAÇÕES DA SOCIEDADE
Economia	Produção e intercâmbio de mercadorias O lucro O dinheiro As fontes de riqueza A riqueza dos países O consumo O trabalho e o emprego
Política	O poder e a autoridade Sistemas de governo Partidos políticos Instituições As leis e a justiça O conflito (em relação com a guerra e a paz)
Nação	O conhecimento do próprio país Os estrangeiros Os símbolos nacionais O sentimento nacional
Família	A concepção de família Papéis sexuais
Diversidade social	Diferenças de raça Preconceito
Organização social	Estratificação social Ricos e pobres Mobilidade social Classes sociais As profissões
Guerra e paz	O conflito social A guerra, suas causas e soluções
Nascimento e morte	A reprodução biológica da sociedade Os rituais sociais A socialização da criança A morte como fenômeno social
Religião	O sentido da vida A criação do mundo O deus das crianças E muitos outros temas
A escola e o conhecimento	A necessidade da escola A escola como instituição A transmissão social do conhecimento A ciência
A história	A evolução das sociedades O tempo histórico

Os distintos campos da representação do mundo social têm características diferentes e graus de dificuldade desiguais, conforme esclarece Delval (1994):

En algunos casos se trata simplemente de comprender regulaciones sencillas sobre cierto usos sociales. En otros hay que entender sistemas simples, muchos de cuyos aspectos pueden comprenderse de una forma concreta. Esto sucede, por ejemplo, con muchas viertientes de la idea de país. En cambio, en otros casos se trata de entender un sistema muy amplio que está fomado, a su vez, por subsistemas que interactúan, como en el caso de la organización económica o la organización política de la sociedad, que resulta muy compleja de entender y su comprensión parece exigir intrumentos de tipo formal (p. 474)

Para construir uma representação ou um modelo de funcionamento do sistema econômico, por exemplo, é necessário ter informações e experiências sobre a atividade financeira; também é preciso organizá-las e construir um sistema em que os diversos pontos se encaixem. A todo momento o indivíduo está se perguntando sobre os fatos sociais : "de onde vem o dinheiro?", "quem põe o preço nas coisas?", entre outras, e tem que organizar todos esses dados, que constituem diversos sistemas, num todo coerente, implicando numa capacidade que a criança mais nova ainda não dispõe. Segundo Delval:

Cada uno de los distintos campos requiere el empleo de los instrumentos intelectuales que el niño forma a través de su acción sobre el mundo y uno de los problemas de interes en este estudio es ver cómo interactúan los medios intelectuales del sujeto con los conceptos sociales que forma y si esa intección es del mismo tipo que la que se produce respecto a los conceptos físicos o matemáticos. (1994, p. 274).

Delval (1989, 1994) ressalta que há dois fatores interligados que explicam a representação parcial que a criança vai construindo do mundo social, são eles o caráter fragmentário e indireto de sua experiência social e a insuficiência de seus instrumentos intelectuais. Para que a criança construa uma representação da ordem econômica, ela precisa ter informações e experiências sobre a atividade econômica e para organizá-las, isto é, construir seu conhecimento, precisa ter certa capacidade cognitiva. "La falta de información y experiencia, y la debilidad de los instrumentos intelectuales son dos aspectos indisociables que explican el carácter de la representación infantil del mundo social." (DELVAL, 1994, p. 471)

De acordo com o teórico espanhol, a partir de suas pesquisas sobre a compreensão da criança da sociedade, a criança entende a realidade de forma diferente do adulto. Na concepção infantil, a realidade é muito mais harmônica e

cooperativa, pois a sociedade, para a criança, possui uma ordem completamente racional em que cada coisa está situada em um lugar que corresponde à realidade e serve para satisfazer as necessidades do homem.

4. ESTUDOS SOBRE A COMPREENSÃO DE PROBLEMAS ECONÔMICOS E A NOÇÃO DE LUCRO

O objetivo deste capítulo não é realizar uma exaustiva revisão deste campo, mas sim examinar a evolução de alguns estudos sobre a compreensão da noção econômica em crianças, buscando enfocar, em especial, a noção de lucro. Como afirma Delval, “la noción de ganancia es una especie de piedra angular de la comprensión de todo el orden social pues una gran parte de las actividades que realizamos las hacemos porque vamos a obtener um beneficio o una ganancia con ellas” (1989, p. 282).

Compreender como a criança entende a realidade econômica e os conceitos em relação ao dinheiro serve como modelo de estudo da compreensão infantil da realidade social. Dentro da economia aparecem uma gama muito vasta de problemas, cada um com sua complexidade, como o banco, o lucro, o valor do dinheiro, as relações trabalhistas, a distribuição de mercadorias. Como vemos em Delval:

El proceso de funcionamiento económico de la sociedad es algo muy complejo que tiene muchos aspectos todos los cuales mantienen relaciones estrechas entre sí. Se trata de un sistema en el sentido más estricto en el que cada parte influye en todas las demás. La mayor parte de los adultos desconocemos como funciona este sistema económico y cuáles son las relaciones entre las distintas partes cuando el problema se plantea en el detalle, pero, a diferencia de los niños, somos capaces de entender al menos las grandes líneas y muchos de los aspectos más evidentes. (1989, p. 268)

Como já vimos, a organização social é composta por inúmeros eixos inter-relacionados, como o econômico, o político, a nação, a moral, a família, as classes sociais, a religião. Fazendo um recorte neste grande tema que é o conhecimento social, trabalhamos com o fator econômico, aspecto presente prematuramente no cotidiano da criança.

“Además, el niño entra muy pronto en contacto con este aspecto del mundo social, antes que con otros aspectos igualmente importantes pero más elejados de su experiencia inmediata, como la actividad política. A esto se añade que el asunto se presta mejor a ser investigado que otros aspectos del conocimiento social, pues existen elementos materiales, como el dinero o las mercancías, que el niño maneja pronto y que son aparentemente menos abstrusas que las relaciones políticas”, (DELVAL, ECHEÍTA, 1991, p. 72.)

As primeiras investigações sobre a compreensão do mundo econômico surgiram a partir do ano de 1897. Eram observações sobre o comportamento da criança com o dinheiro, sua compreensão do valor das moedas, qual o sentido do dinheiro para elas, a tendência que os pequenos tinham ou não de economizar, para que o dinheiro era necessário, entre outros pontos.

Utilizaremos para este trabalho estudos mais atuais, embora os primeiros ainda não tendo o lucro como foco, são importantes porque estão dentro da perspectiva piagetiana e estudam a atitude que a criança tem em relação ao dinheiro e ao hábito de economizar. Posteriormente alguns estudiosos, ao verificarem a dificuldade que as crianças tinham em compreender o lucro, direcionaram seus estudos para este fim.

4.1. ANSELM L. STRAUSS

As investigações mais recentes e sistematizadas começaram na década de 50, sendo um dos pioneiros, o sociólogo norte-americano Strauss. Ele realizou e publicou vários estudos sobre o conhecimento econômico da criança, sendo o principal sobre o desenvolvimento e a transformação dos significados monetários na criança. Em 1952 desenvolveu um estudo sistemático envolvendo noções econômicas. Foram pesquisadas 66 crianças norte-americanas de classe média entre 4 e 11 anos. Utilizou-se um questionário contendo 71 perguntas com assuntos relacionados ao dinheiro, a compra e venda, a fabricação, o papel dos intermediários, o pagamento dos empregados, etc. As perguntas foram aplicadas aos sujeitos em quatro sessões de quinze a trinta minutos.

A análise dos dados foi feita baseada nas respostas das crianças, que foram então classificadas em 9 estágios de desenvolvimento do significado do dinheiro, seguindo uma média de idade.

No sub-estágio (3 e 4 anos em média) inserem-se crianças que não faziam parte do início dos trabalhos, mas que também participaram das entrevistas. Elas são capazes de distinguir a moeda pelo tamanho e cor dos outros objetos, no entanto, o

manuseio com as moedas tem um caráter lúdico e não são capazes de associá-lo ao mecanismo de compra e venda. Misturam o papel do vendedor e do comprador.

No 1^o estágio (5;4 anos em média) já percebem que o dinheiro está relacionado com a compra, mas uma moeda pode comprar qualquer coisa independente do valor. Preferem as moedas maiores. Separam o vendedor do comprador e não sabem o que o lojista faz com o dinheiro que recebe.

No 2^o estágio (5;6 anos em média) classificam as moedas, ou seja, sabem que uma moeda vale mais do que a outra. Acreditam que na compra e venda tanto o comprador como o vendedor recebem sempre dinheiro como parte da transação. Compreendem que se paga pelas mercadorias que se vende, mas não enxergam o fabricante. O dinheiro do vendedor é utilizado para o troco (que sempre deve haver independente do valor pago) e para comprar coisas que ele e sua família desejam. Associam que o vendedor deve trabalhar todos os dias, pois deve estar disponível para qualquer necessidade dos compradores.

No 3^o estágio (6;3 anos em média) têm maior reconhecimento de que as transações envolvem mecanismos matemáticos, no entanto, os números não se relacionam com precisão. A relação lojista-cliente é pessoal tanto que, se o lojista quiser, pode dar a mercadoria. Nesta fase reconhecem que nem sempre o vendedor dá o troco, mas explicam tal fato por razões pessoais. Compreendem que há motivos que levam o vendedor a vender e que não se limitam ao prazer.

O estágio 4 (6;11 anos em média) representa uma fase de muitas transições onde a consciência de que o dinheiro é o centro da compra e venda continua se desenvolvendo e a vislumbrar que o dinheiro recebido deve ser menor do que o pago. Começa a considerar o valor do dinheiro. Não entendem ainda que é necessário pagar ao fabricante, nem a relação patrão-empregado. Percebem que é preciso trabalhar para juntar dinheiro, vendo assim um propósito no trabalho.

No estágio 5 (7;10 anos em média) começam a compreender as relações entre cliente e vendedor são impessoais. Entendem a necessidade do lojista pagar seus empregados. Já sabem contar o dinheiro e fazer troco. Iniciam a compreender que

tanto o lojista quanto o fabricante precisam vender para ganhar a vida e a perceber que há uma rede monetária e que há muitos fatores envolvidos.

No estágio 6 (8;9 anos em média) os sujeitos vêem que parte do dinheiro do cliente contribui para o pagamento do fabricante, dos funcionários e ainda há uma parte que ficará para o proprietário. No entanto, a diferença entre o preço na fábrica e o preço na loja não é de modo algum vislumbrado. Principiam o entendimento de que se pode comprar, levar a mercadoria e pagar depois (crédito). A relação cliente-lojista fica cada vez mais impessoal e nesta relação o que vale é o dinheiro.

No estágio 7 (8;9 anos em média) começam a perceber que o lojista deve vender por um preço superior ao que pagou, embora, às vezes, não achem que seja uma prática necessária. O dinheiro para os funcionários e o que fica com o proprietário são vistos através de um princípio de equidade. A fixação dos preços pelo vendedor e a determinação do troco ainda são regidas por princípios morais. Algumas crianças desse nível reconhecem a “propriedade ausente”, ou seja, que se pode ter uma loja e ganhar dinheiro com ela sem necessidade de estar presente. Os lojistas são vistos como representantes do fabricante.

No estágio 8 (9;8 anos em média) entendem que a fábrica faz e vende para as lojas. O lojista é visto como distribuidor do fabricante e merece seus ganhos. O lojista deve vender sempre por um preço maior que pagou. A impessoalidade do comércio é entendida. Compreendem que o troco não beneficia nem o lojista nem o cliente, que é justo recebê-lo.

No estágio 9 (11;10 anos em média), além da compreensão dos mecanismos do estágio anterior, as crianças admitem que os lojistas fazem coisas para ganhar mais dinheiro e sabem que são atos desonestos, mas acabam achando comum, pois ganhar dinheiro é um motivo que justifica tais ações. O comércio que era visto como algo que beneficiava a comunidade agora não é mais, e o dinheiro é visto como bom e mau. A criança ainda não admite a possibilidade de existir um intermediário entre o fabricante e o lojista, isto é, um distribuidor.

Analisando os estágios, Strauss (1952) concluiu que a organização do comportamento infantil é complexa e que o seu desenvolvimento se dá por etapas.

Afirma que para passar de um estágio a outro o comportamento da criança se transforma e que para cada avanço é necessária a compreensão de noções prévias, portanto o desenvolvimento dos conceitos requer o uso de operações lógicas,. O seu trabalho, contudo não aponta que noções seriam necessárias para se estar em um determinado estágio, apenas resume-se a classificar as respostas dadas, sem trazer uma análise do que levou as crianças a responderem de tal forma.

4.2. KURT DANZINGER

Ainda na década de 1950, destaca-se o trabalho do australiano Kurt Danziger (1958). Este pesquisador estudou as concepções econômicas através do método clínico piagetiano em 41 crianças australianas de 5 a 8 anos, com 10 questões que envolveram três problemas: o significado de rico e pobre, o uso do dinheiro e a posição do chefe no trabalho. Embora utilizando o método clínico, Danziger afirma que é possível que o desenvolvimento dos conceitos sociais possa seguir linhas próprias que podem não se ajustar ao modelo teórico de Piaget elaborado para os conceitos do mundo físico.

Analizou as respostas de sua pesquisa agrupando-as em tipos comuns. Em seguida, procurou encaixar os sujeitos nos níveis que havia formulado hipoteticamente.

No estágio inicial, denominado pré-categorial, a criança ainda não tem categorias próprias de um pensamento global e, portanto, não há domínio dos conceitos econômicos. O dinheiro no ato de compra e venda é puramente ritual, não tem um propósito racional. O chefe não tem função econômica e é visto como alguém que ajuda ou supervisiona. Não sabem explicar o significado de ser rico e o de ser pobre.

No segundo estágio, o estágio categorial, os conceitos das crianças parecem representar uma realidade em termos de atos isolados e são explicados pela moral. Ainda não compreendem a função do dinheiro. Explicam sua não utilização como moral e que ele é conseguido pelo trabalho. O chefe é alguém que tem a função de administrar e não ligam para a função chefe-empregado.

Num terceiro estágio a criança chega a ser capaz de conceituar as relações através do estabelecimento de uma reciprocidade entre atos que antes eram isolados. O ato de compra e venda é visto como um ciclo e o dinheiro serve como um meio de troca. Explicam o uso do dinheiro de um modo racional, isto é, como parte de um sistema de relacionamento social. Compreendem a ligação entre chefe e empregado.

Finalmente no quarto estágio as relações isoladas vinculam-se até formar um sistema de relações. Tem-se então a conceituação de uma totalidade, onde cada parte possui seu significado e sua posição no todo. Aqui se tem uma explicação puramente racional.

Danzinger procurou classificar os sujeitos de sua pesquisa através de categorias pré-estabelecidas do pensamento e através das respostas das crianças inseriu-as nessa classificação, sendo que as mesmas não conseguiram alcançar o último estágio postulado por ele. Concluiu sua pesquisa sugerindo que os estágios do desenvolvimento de conceitos econômicos na criança podem ser semelhantes aos encontrados no desenvolvimento dos conceitos de parentesco (pesquisa realizada anteriormente). Seu estudo aponta novas direções, mas não percebe problemas relacionados com o lucro.

4.3. DELVAL, SOTO, FERNÁNDEZ, DEAÑO, GONZÁLEZ, GIL, CUEVAS

Delval (1989; 2002) e Delval, Enesco e Navarro (1994) relatam as pesquisas realizadas por ele, juntamente com Soto e Fernández entre outros, no ano de 1971, investigando a gênese da compreensão do mundo social, privilegiando noções políticas e econômicas em 100 crianças espanholas de 5 a 14 anos. Utilizaram o método clínico piagetiano, e aplicaram um questionário com vinte perguntas que abrangiam 3 temas: a distribuição do capital, as relações de intercâmbio e o processo de produção. Junto com essas questões investigaram as concepções sobre as fontes de riqueza e das riquezas das nações. Quanto ao segundo tema (relações de intercâmbio que interessam neste trabalho), buscavam verificar por que é necessário ir com dinheiro às compras, o que o

lojista fazia com o dinheiro que recebia e se ele poderia atribuir qualquer preço às mercadorias. Encontraram respostas que foram divididas em três níveis.

Para as crianças do primeiro nível, de até 7 anos, dar dinheiro na loja é um ritual e não se relaciona com a aquisição de mercadorias. O mecanismo de troco é bastante confuso. O dinheiro arrecadado na loja serve para o troco ou fica guardado e não é mais utilizado. Apenas algumas crianças desse nível assumem que o vendedor pode utilizar o dinheiro para comprar coisas.

Um segundo nível, com crianças entre 7 e 12 anos, é constituído pelas respostas que explicam que o vendedor, além de alimentar a si e a sua família, utiliza o dinheiro para a reposição de mercadorias. Há uma compreensão parcial do processo de intercâmbio.

No terceiro nível, com crianças de 12 a 14 anos, as respostas foram classificadas ao fazerem referências que o vendedor utiliza o dinheiro da venda para repor as mercadorias, pagar seus funcionários, manter sua família e ampliar o negócio.

Os pesquisadores concluíram que, conforme os sujeitos passam de um nível ao outro vão incorporando as respostas dos níveis anteriores, total ou parcialmente, formando assim um todo, fato que demonstra o caráter integrativo do desenvolvimento. Mas as conclusões desse trabalho são insuficientes, pois não levaram em conta as dificuldades que as crianças tinham para entender o lucro, pois lhes parecia óbvio que as crianças compreendiam que o lojista precisava vender mais caro.

4.4. HANS G. FURTH

Nos textos de Delval (1989, 2002) e Delval, Enesco e Navarro (1994) vemos referência a outro pesquisador, Hans G. Furth, que teve papel importante no desenvolvimento do conhecimento social. Em meados da década de 70, Furth e colaboradores realizaram muitas pesquisas relativas à compreensão do mundo social pelas crianças, que resultou num livro em 1980, onde o lucro tem um lugar mais destacado. Num destes artigos (1978), o autor relata uma pesquisa na qual analisou a compreensão do dinheiro como parte de um estudo sobre outros aspectos do mundo

social em 195 crianças inglesas, de 5 a 11 anos. Através de um questionário aberto, priorizando a compreensão do dinheiro, os papéis sociais e a compreensão do governo, procurou elucidar os comentários dos sujeitos sobre as instituições sociais. As entrevistas duraram entre 15 e 25 minutos. As respostas obtidas na temática da compreensão do dinheiro e o funcionamento da loja culminaram na classificação das crianças em três estágios.

O primeiro estágio (5-6 anos), intitulado “elaboração pessoal e ausência de sistema interpretativo”, envolve crianças que não entendem a função do dinheiro. O cliente quando paga, ganha mercadorias e dinheiro de volta. Dessa forma, pagar pela mercadoria não passa de um ritual ou costume social sem nenhum propósito, além de ser uma fonte primeira de ganhar dinheiro. O lojista não precisa pagar pelas mercadorias.

No segundo estágio (7-8 anos), denominado “compreensão das funções sociais de primeira ordem”, o dinheiro é visto como algo que o vendedor precisa para dar às pessoas como troco. No entanto, o que ocorre com o dinheiro que permanece no caixa é nebuloso. Quando mencionam o pagamento, a fábrica é mais uma vaga compreensão do que algo necessário.

O terceiro estágio (9-11 anos) é chamado de “sistemas parciais em conflito”, porque a criança constrói sistemas que permitem interpretar os acontecimentos sociais para além das observações. Mas os sistemas apresentam-se incompletos e levam a conflitos cognitivos. O dinheiro dos clientes é usado para pagar mercadorias, salários, taxas. O vendedor ganha dinheiro para ele na transação porque trabalha, por outro motivo seria impróprio devido a questões morais.

O quarto estágio (10-11 anos) denominado de “marco sistemático concreto”, é caracterizado pelo fato da criança compreender o mecanismo básico das transações monetárias e passar da posse pessoal do dinheiro para o uso social e vice-versa. A criança compreende que o lojista compra por menos e vende por mais e que este dinheiro é necessário para cobrir seus gastos. Reconhece os papéis sociais, incluindo a função do governo.

Nas conclusões, Furth deixa claro que para a compreensão da sociedade é necessário um desenvolvimento geral. Essa mútua relação, para ele, contribuiria para a aproximação entre os estudos do mundo pessoal, do domínio da psicologia e os estudos do mundo social, onde a teoria de Piaget desempenharia um papel importante nessa aproximação.

4.5. GUSTAV JAHODA

Outro pesquisador, Jahoda (1979, 1981, 1983), foi um dos pioneiros na investigação do conhecimento social. Estudou, em 1979, a construção de algumas noções econômicas com 120 crianças escocesas de 6 a 12 anos, na região de Glasgow. Neste estudo, dividiu as crianças em 3 grupos. Com o primeiro grupo contava duas histórias e pedia às crianças que determinassem qual era engraçada ou curiosa e a criança deveria identificar tal fato (em uma história uma pessoa compra uma fruta e paga por ela. Na outra a pessoa compra a fruta e recebe dinheiro). Com o segundo grupo representou uma situação de venda e a criança seria o vendedor. O objetivo era estudar a compreensão do lucro. No terceiro grupo, realizou entrevistas abertas que exploravam a utilização do dinheiro pelo lojista, a noção de lucro, entre outras questões relativas ao comércio.

Jahoda fez uma interpretação dos progressos da criança em termos da compreensão de diversos sistemas e estabeleceu conexões entre eles.

Inicialmente a criança não tem nenhum sistema (6 a 8 anos): o lojista não junta dinheiro, pois ele é usado para dar troco ou é usado para dar aos pobres. Para eles, vender não é trabalho. Depois, as crianças (8 a 10 anos) entendem que o lojista precisa comprar as mercadorias que vende, mas o valor de venda e compra são iguais. Acreditam que o dinheiro do lojista vem do banco ou de outro trabalho. Percebem dois sistemas, mas que ainda são desconexos.

Finalmente a partir dos 10 anos as crianças começam a tomar consciência da diferença entre o preço de compra e venda e que é dessa diferença que o lojista consegue dinheiro.

Em um outro trabalho de 1981, Jahoda abordou a função do banco, pois ele faz parte do sistema socioeconômico baseado no princípio do lucro. Pesquisou 96 crianças e adolescentes ingleses de 12 a 16 anos, pertencentes a dois tipos de escola: uma de classe média e outra de classe baixa. Utilizou uma entrevista aberta que versava sobre as funções do banco em geral e, em seguida, pedia que imaginassem que uma pessoa havia depositado 100 libras em um banco e que as resgataria um ano depois. Obteria dessa forma o mesmo valor, mais ou menos? Se a resposta fosse um valor maior, perguntava de onde o banco conseguia o dinheiro. Caso fosse o mesmo valor, questionava-se como o banco pagaria seus funcionários. Em seguida foi feita a mesma suposição com um empréstimo da mesma quantidade pelo mesmo período, mas que não foi pago.

A análise dos dados apontou 6 níveis de compreensão: no primeiro não há conhecimento dos juros, obtém-se o mesmo que se depositou ou se emprestou. No segundo nível há juros somente no depósito, a criança crê que se recupera mais, mas o que se devolve no empréstimo é a mesma quantia. Em um terceiro nível há juros em ambos, mas é maior no depósito, reconhece-se que sempre há juros, mas estima-se que no depósito é maior que no empréstimo.

No nível quatro há juros iguais no empréstimo e depósito, a resposta é mais para os dois, porém se estima que em ambos é idêntico o valor. No quinto nível há juros maiores para os empréstimos, mas sem evidências de compreensão, as crianças desses níveis dizem que se obtém mais dinheiro de volta pelos depósitos, no entanto, quando questionadas como o banco consegue o dinheiro para pagar os juros não são capazes de dar uma resposta adequada. Finalmente no sexto nível há juros maiores para os empréstimos entendidos corretamente: o sujeito espontaneamente dá a resposta correta ou dá como resposta à pergunta de como o banco obtém dinheiro.

Jahoda percebeu que compreender o lucro no contexto do banco é mais difícil que no comércio e concluiu que para compreensão dos sistemas sócio-econômicos são necessários dois elementos: domínio de informação geral sobre o mundo social e conhecimento das regras e normas que regulam as relações da esfera sócio-econômica.

Jahoda, em 1983, desenvolveu outro interessante estudo sobre o conceito de lucro em 108 crianças de 9 a 11 anos que pertenciam a classes trabalhadoras do Zimbábue. Utilizou o mesmo método da pesquisa realizada na Europa, a simulação de uma loja. O objetivo da pesquisa era comprovar a seguinte hipótese: o fato das crianças africanas terem uma experiência direta com o mecanismo de compra e venda lhes proporciona um desenvolvimento da noção de lucro anterior ao das crianças européias.

O pesquisador concluiu que as crianças européias apresentam um atraso em relação às crianças africanas, que pode ser justificado pela escassa experiência na atividade econômica. Contudo, segundo ele, as linhas de evolução são semelhantes e que a criança só alcança a noção de lucro aos onze anos, o que indica sua dificuldade.

4.6. ANNA EMÍLIA BERTI E ANNA SILVIA BOMBI

Delval (1989; 2002) e Delval, Enesco e Navarro (1994) referem-se ao excelente trabalho que Berti e Bombi realizaram na Itália, na década de 80. Elas fizeram diversos estudos tendo como problema o dinheiro e sua relação com o trabalho (1988). Observaram que há diferentes níveis de compreensão e que o processo da compreensão do lucro é fundamental para o entendimento de como as crianças percebem o funcionamento da economia na sociedade. Seus estudos versavam acerca da compreensão de problemas econômicos. Foram entrevistadas, por meio do método clínico, crianças italianas de 3 a 14 anos. Os resultados foram classificados em quatro níveis.

No primeiro nível não há compreensão, as crianças não enxergam que é preciso comprar as mercadorias, o lojista pode pagar ou receber no ato da venda, as relações são diretas. No segundo nível já percebem que é necessário comprar, mas os preços são iguais nas fábricas e na revenda, ou até maiores nas fábricas. A criança começa a estabelecer relações hierárquicas entre o vendedor e o comprador. No nível três a criança entende que os preços devem ser menores na fábrica, mas o lojista pode vender por qualquer preço, inclusive menos. As relações hierárquicas se estabelecem definitivamente. No quarto nível a visão é global do processo, o preço é sempre menor

na fábrica. O chefe paga seus funcionários com o lucro da atividade de venda. Esse último nível seria atingido pelas crianças a partir dos doze anos.

Elas realizaram outras pesquisas abordando os problemas econômicos. Numa delas estudam a origem do dinheiro, de onde vem o dinheiro para pagar os funcionários da Fiat, noções de rico e pobre, a função do banco, os meios de produção e a idéia de propriedade. Em trabalhos posteriores, elaboraram três níveis para a compreensão do conceito de lucro: o preço do atacado e o preço do varejo são iguais; o preço pode variar; os lojistas só ganham quando sobem os preços, mas só fazem isso às vezes; os lojistas sempre aumentam os preços.

Os trabalhos de Berti e Bombi encontraram resultados pautados em sistemas de compreensão. Há uma preocupação com a identificação do desenvolvimento do pensamento infantil acerca das idéias do mundo econômico, deixando para trás as classificações centradas em agrupamentos de tipos de respostas.

4.7. GERARDO ECHEÍTA

Delval (2002) relata uma pesquisa realizada por Echeíta, em 1988, na qual investigou-se algumas noções econômicas, entre elas o lucro. Foram investigados 198 estudantes que, nos anos de 1982 e 1983, tinham entre 6 e 14 anos e pertenciam à classe média e média alta. Simulava-se que estavam numa papelaria, onde a criança era o comprador e o entrevistador era o lojista. Com os menores investigava-se primeiramente se reconheciam o valor das moedas, depois seguia-se um roteiro básico sobre a utilidade do dinheiro, a necessidade de pagar a mercadoria, entre outros. Nas questões referentes ao lucro, os sujeitos foram categorizados em três níveis:

No nível um, as crianças acreditam que o vendedor ganha todo o dinheiro que recebe no ato da venda, por isso, para elas, ganhar dinheiro é sinônimo de receber dinheiro. Quando o lojista vai comprar mais mercadorias, estas custam o mesmo valor ou até mais, pois acreditam que fazer dá mais trabalho. No nível dois, as crianças admitem que o vendedor pode vender por um preço superior ao que pagou. Mas é melhor vender mais produtos por menos dinheiro do que se pagou na fábrica do que

vender pouco por preço maior. Para elas ganha-se dinheiro enquanto este circula entre a loja e a fábrica. No nível três, o vendedor compra o produto por um preço inferior ao que vende sendo esta diferença o resultado do seu trabalho. A idéia de lucro surge como lógica e necessária. Os dados gerais obtidos coincidiram com os que foram averiguados por outros autores em diversos países.

4.8. DELVAL, DÍAZ-BARRIGA, HINOJOSA, DAZA

Em Delval, Enesco e Navarro (1994) vemos referência ao estudo realizado por Delval juntamente com pesquisadores da Universidad Autónoma do México, em 1991. Eles realizaram ampla pesquisa a respeito do conhecimento social, muito próxima do que Jahoda desenvolveu no Zimbábue. Foram entrevistadas 45 crianças trabalhadoras de rua, com faixa etária entre 7 e 15 anos, através do método clínico piagetiano, com questões relacionadas com a idéia de trabalho e a compreensão do lucro, noções que se supunham que teriam desenvolvimento precoce, já que eles trabalhavam ou vendiam nas ruas. A pesquisa foi centrada no estudo de como se desenvolvem algumas idéias sobre a realidade social nos sujeitos que têm uma experiência direta com o trabalho. O objetivo era averiguar suas explicações e se estas apresentavam evoluções distintas no desenvolvimento das noções econômicas.

Alguns dos resultados serão sucintamente descritos. Primeiramente, a respeito da idéia sobre o trabalho: eles definiram que a função do trabalho era a de ganhar dinheiro para viver. Quase todos associaram trabalho com venda, como se fossem sinônimos. Em relação ao lucro, os dados mostraram que as crianças entre 7 e 8 anos afirmam que vendiam suco por um preço maior ao que pagaram e que, para o fornecedor, o suco tinha custado o mesmo preço. Já com crianças a partir de 9 anos, a idéia do lucro é evidenciada. Estes resultados deram indícios sobre o papel da experiência na construção de explicações: as crianças vendedoras entendem antes a noção de lucro, mas este fato tem limites, já que as crianças menores não se beneficiaram com sua prática de venda.

Estes resultados levaram os pesquisadores a concluir que as crianças trabalhadoras adquirem um conhecimento de que tem que vender por mais, devido à influência do meio, mas que este fato não contribui para a compreensão da noção de lucro, que depende de um desenvolvimento cognitivo geral.

4.9. JUAN DELVAL E GERARDO ECHEÍTA

Delval e Echeíta em 1991, após observarem as dificuldades encontradas pelas crianças na construção da idéia de lucro, decidiram empenhar suas pesquisas nesta área. Utilizaram para reflexão os dados coletados nas entrevistas do estudo de Delval, Soto e Fernádes de 1971, com os dados da pesquisa de Echeita de 1988. Também realizaram uma pesquisa com 188 sujeitos de classe média e média alta de Madri entre 5 e 11 anos, utilizando o método clínico piagetiano. Investigaram principalmente a necessidade de levar dinheiro na loja, porque o lojista utiliza o dinheiro que recebe, a reposição de mercadorias, a diferença entre o preço de compra e venda, a venda como trabalho social, o preço de compra e de venda, o preço da mercadoria na fábrica e as promoções. Em geral, as crianças menores não entendem o mecanismo de reposição de mercadorias e centram-se em aspectos mais perceptíveis do processo, como levar dinheiro nas compras e trocá-lo por mercadorias. Muitos afirmam que o preço de venda pode ser menor ou igual ao de compra. Pode-se vender muita mercadoria por um preço mais baixo do que foi comprado, e mesmo assim ganha-se dinheiro. Estas e tantas outras contradições, que para o adulto são evidentes, para a criança são complicadas.

A análise das respostas das crianças mostra que suas explicações não se devem ao acaso, mas têm uma lógica interna clara e que os progressos na explicação representam um trabalho de construção original que a criança realiza pondo em funcionamento seus instrumentos intelectuais, que interatuam com a realidade social.

Delval (1989, 1994, 2002), Delval e Echeíta (1991), Delval, Enesco e Navarro (1994), Delval e Padilla (1999), destacam duas dificuldades encontradas na compreensão do lucro: a do tipo cognitivo e a do tipo sócio-moral. O tipo cognitivo divide-se em duas dificuldades: a centração e a aritmética.

A centração em um aspecto em detrimento de outros consiste na dificuldade que a criança tem de articular um grande número de informações, isto é, ela não consegue relacionar suas idéias pelo excesso de informações. Assim, não conseguindo controlar todos os aspectos do problema, foca apenas um ponto. Por exemplo, tem dificuldade de entender que o vendedor é também um comprador e também que ao valor de venda é necessário agregar uma série de custos; sabemos também que as crianças menores tendem a fixar-se em pontos mais aparentes dos fatos, e são incapazes de inferir sobre os aspectos menos evidentes ou ocultos.

Os problemas com as contas se dão, pois as crianças menores ainda não dominam as quatro operações necessárias para entender a variação dos preços no processo de compra e venda.

A dificuldade do tipo sócio-moral está dividida em influência de crenças e ideologia e preço justo. A criança sofre a influência de crenças sociomorais e ideologias que impedem a compreensão dos processos não permitindo a articulação das informações, o que dificulta sua compreensão do mundo econômico. Temos aqui a indentificação da economia e da moral. A criança tem dificuldade de ver que a economia é regida por suas próprias leis e que a realidade social é guiada por relações interpessoais. Por exemplo, a idéia de ter vantagem é central no âmbito econômico, enquanto que as outras relações sociais estão regidas pelo altruísmo, justiça e reciprocidade. A criança vê as relações econômicas com se fossem regidas por normas morais. Dessa forma, vê o vendedor como um amigo pessoal, que está ali trabalhando por prazer e para ajudá-la.

As crianças também acham que as coisas têm um preço determinado, isto é, um preço justo. O vendedor não pode aumentar demasiadamente porque além da mercadoria ter um valor preestabelecido, também não seria justo com o comprador pagar um valor alto. A criança demora a chegar a notar a impessoalidade no comércio, e que o preço pode ser determinado livremente pelo vendedor.

Em 2002, Delval, no capítulo 8, “Um exemplo: a evolução dos estudos sobre a idéia de lucro” (pp. 183-209), estabelece princípios ou regras que norteiam as explicações das crianças e a percepção dos diferentes elementos presentes nessas

explicações. As regras, segundo Delval (2002, p. 204), se classificam em: 1) *Regras de mercado*: vendendo mais barato se vende mais e é bom vender barato para que a mercadoria tenha saída; 2) *Regras morais ou altruístas*: convém vender barato porque é melhor para quem compra e quem vende e talvez o que vende não queira ganhar tanto dinheiro; 3) *Regra do preço justo*: as coisas têm um preço estabelecido que é mantido nas transações; 4) *Regra de fabricação*: fazer as coisas custa mais que vendê-las e, por isso, na fábrica elas são mais caras que na loja; 5) *Regra de decisão*: o lojista pode variar os preços conforme o que desejar no momento; 6) *Regra de restrição externa*: o governo, ou alguma instância administrativa, pode restringir as variações de preços se o lojista alterá-los demais; 7) *Regra de mercado*: o vendedor tem que vender acima do preço de custo, mas suficientemente barato para que as pessoas não comprem em outros lugares, onde os produtos sejam mais baratos.

Delval (2002, p. 205) também elenca níveis de compreensão do lucro de acordo com a concepção da criança. À medida que estas avançam, vão incorporando mais elementos em suas explicações.

Primeira concepção: o lucro não está presente ou é algo global e indiferenciado. Há troca entre dinheiro e objeto na loja, e o lucro é entendido como regra. A concepção é global e imprecisa. O dinheiro é simbólico. Dá a impressão que a criança não entende as questões. Os elementos principais são: mercadoria e dinheiro.

Segunda concepção: o lucro sem regras precisas. Os preços são arbitrários e fixados livremente, o valor da mercadoria é intrínseco a ela, a idéia do preço justo é evidenciada. O lucro não tem relação com a venda, o preço pode ser mudado à vontade. Não compreendem a figura do fabricante. Os elementos principais são: vendedor, comprador, mercadoria, preço.

Terceira concepção: o lucro é tudo que o vendedor recebe (o preço que se paga). O lucro é tudo que o vendedor recebe do cliente, por isso o preço de venda pode ser inferior ao da compra. O preço é fixado à vontade, o processo de fabricação e de venda não tem vínculos econômicos. Fazer a mercadoria custa mais do que vendê-la, por isso o preço na fábrica deve ser maior que na loja. Começa-se a intuir que convém vender por mais do que foi pago. O vendedor não atribui um preço maior porque não

quer ganhar muito. Os elementos principais são: vendedor, comprador, mercadoria, preço (de venda), fabricante.

Quarta concepção A: o lucro, mas sem necessidade. Intui-se que o lucro é a diferença entre o preço de compra e venda. O produto pode ter preço superior se tiver mais qualidade. O preço de venda é maior que o de compra para haver lucro. Pode-se vender por menos do que se pagou, mas isto não convém. O lucro é desejável, mas não necessário. É uma prática social. Os elementos principais são: vendedor, comprador, mercadoria, preço de compra, de venda, fabricante.

Quarta concepção B: o lucro aumenta ao vender muito. É uma variação da anterior, mas acrescenta-se a idéia de que quando se vende muito, ganha-se mais dinheiro, mesmo que por um preço menor do que foi pago. Interessantemente essa idéia prevalece mesmo sabendo que o lucro é a diferença entre o preço de compra e venda. Os elementos principais são: vendedor, comprador, mercadoria, preço de compra, de venda, fabricante.

Quinta concepção: o lucro necessário. Entendem que o lucro é necessário e uma regra do mercado. O preço de venda deve sempre ser superior ao de compra, o lucro é a diferença entre o preço de compra e venda. Pode-se vender mais barato, desde que seja superior ao que foi pago. Os elementos principais são: vendedor, comprador, mercadoria, fabricante e acrescenta-se a diferença necessária entre o preço de compra e de venda.

Sexta concepção (não estudada): extensão da idéia de lucro a todos os âmbitos da atividade econômica. Embora ainda não tenha sido estudada, pode-se postular que a idéia de lucro se estende a toda atividade econômica. Tendo como início a fábrica, depois os intermediários e, por último, os bancos.

Com os estudos já realizados sobre a construção do conhecimento social, pode-se perceber que há tendências evolutivas gerais no desenvolvimento de noções econômicas. De uma forma geral as pesquisas têm dados que se aproximam significativamente, em especial revelam que a aquisição das noções sociais envolve uma intensa atividade construtiva por parte da criança, caracterizando-se, como enfatizam Delval, Enesco e Navarro (1994), Delval e Padilla (1999), Delval (2002),

numa progressão geral que pode ser descrita em três grandes tendências evolutivas, que, por sua vez, podem subdividir-se e especificar-se de acordo com cada conteúdo, mas que, em linhas gerais, apresentam as características descritas a seguir.

Em um primeiro estágio, que vai até 10-11 anos aproximadamente, as explicações são baseadas nos aspectos mais visíveis da realidade econômica e não em processos ocultos e que necessitam ser inferidos. As relações são vistas como pessoais e as crianças não reconhecem a existência de relações sociais (o lojista trabalha por prazer). Outro fato é que não entendem o papel social, as relações são apenas entre pessoas, desta forma as normas morais estão presentes nas relações (o lojista pode mudar o preço de acordo com o grau de amizade com o comprador). Os conflitos quase não são percebidos, pois as crianças focam em apenas um ponto de cada acontecimento. Quando percebem algum conflito (compra por mais e vende por menos) não conseguem dar explicações adequadas. Não compreendem a escassez, isto é, que o produto pode acabar nas lojas.

O segundo estágio, que se estende até 13 anos aproximadamente, caracteriza-se pelo início de consideração de aspectos não-visíveis das situações, ou seja, a criança começa a levar em conta processos inferidos a partir das informações de que dispõe. Aparece a distinção entre as relações pessoais e as institucionalizadas ou sociais. O lojista não é mais apenas um amigo do comprador, mas desempenha uma função social. Aparecem, neste estágio, os papéis sociais que são um ponto fundamental, pois as relações tornam-se regidas pelas funções que cada um desempenha, tendo regras próprias e devem atingir objetivos estabelecidos. As crianças percebem mais claramente os conflitos, mas não conseguem encontrar soluções satisfatórias pela dificuldade de considerar aceitáveis os diferentes pontos de vista. A escassez, a falta de mercadoria é compreendida, isto é, a criança sabe que as mercadorias podem acabar nas prateleiras e que podem ser conseguidas em outro local.

No terceiro estágio, de 14 anos em diante, as inferências tem um papel central nas explicações. Percebem o mecanismo do comércio e traçam caminhos coerentes nas suas explicações sobre o mesmo. As regras, que antes eram rígidas, agora podem

ser mais maleáveis. Sabem claramente que o preço de compra deve ser sempre inferior ao de venda e explicam o motivo dessa diferença sem dificuldade. Os adolescentes passam a considerar as diferentes possibilidades presentes em uma situação e são capazes de coordenar os vários pontos de vista e de refletir sobre o possível. Os sujeitos tornam-se críticos da ordem social existente, emitem juízos sobre o que está bem e o que não está bem, e propõem soluções alternativas. Observa-se a possibilidade do adolescente poder integrar as muitas e diferentes informações de modo coerente, passando a aplicar as regras de uma maneira muito mais flexível. A adolescência é uma fase riquíssima, onde realizam análises entre diferentes pontos de vistas. Apenas a falta de experiência social é que lhe impede de compreender ainda mais o mundo em que vive.

4.10. AS PESQUISAS NO BRASIL

No Brasil, a partir da instituição do grupo de pesquisa coordenado por Stoltz, estão sendo realizadas pesquisas sobre a noção de lucro (D'ARÓZ, STOLTZ, 2003; OTHMAN, STOLTZ, 2003, 2004, 2005a, 2005b; OTHMAN, D'ARÓZ, STOLTZ, 2004; PIECZARKA, LAGO, 2004; PIECZARKA, STOLTZ, 2005; STOLTZ, 2004, 2005, 2006) utilizando o instrumento proposto por Delval (2002). Participaram desta pesquisa 50 crianças vendedoras de rua, com idade entre 5 e 14 anos, de ambos os sexos. Utilizamos o método clínico piagetiano na entrevista que abrange questões sobre o produto que vendiam e a compra de um lápis. O objetivo era verificar se essas crianças tinham melhor compreensão da noção de lucro do que as crianças investigadas em diversos países.

Os resultados evidenciaram três níveis de compreensão, semelhantes aos de Delval (2002):

No primeiro nível, as crianças só levam em consideração alguns aspectos muito presentes à sua percepção; elas explicam apenas os aspectos visíveis da transação, como a troca entre a mercadoria e dinheiro, mas não sabem explicar o porquê. Não entendem o papel do dinheiro no processo de compra e venda, apenas sabem que ele

é preciso. As crianças, nesta fase, fazem tudo exatamente como se deve no nível do conhecimento prático, mas não percebem os conflitos entre o que fazem e o que dizem. O valor da mercadoria pode variar de acordo com a vontade do vendedor, O valor da mercadoria também pode ser regido por uma norma moral, para as crianças não existe falta das coisas, pois não concebem a idéia de que a mercadoria pode acabar na loja. Encontramos crianças neste primeiro nível de compreensão com 6; 7; 9; 10 e 13 anos.

No segundo nível, começam a entender processos que têm relação com o tempo. Ocorre aqui o aprendizado de que tudo se dá num processo, que é preciso trabalhar para poder reunir dinheiro. Os processos não-visíveis das transações econômicas começam a figurarem-se, as crianças conseguem inferir que o vendedor deve vender por um preço superior ao que pagou porque precisa ganhar, pois caso contrário perderia dinheiro. Lentamente os conflitos vão surgindo, elas percebem que há algo errado na sua forma de pensar. Então param, refletem sobre o que dizem e mudam de opinião. Começam a criticar a ação do vendedor por praticar preços altos demais. Entendem que as mercadorias podem acabar e que são adquiridas em outros lugares específicos. O conflito surge agora, a criança percebe pontos invisíveis como os papéis sociais, a busca pela mercadoria que acabou. Dentre os sujeitos entrevistados, foram encontrados no segundo nível de compreensão crianças com 9; 11; 12 e 13 anos.

No terceiro nível, há o aumento da coordenação das idéias em sistemas, o sujeito é capaz não só de inferir sobre o mundo que o cerca, mas também faz deduções próprias, os processos invisíveis fazem parte das explicações da noção de lucro. É aproximadamente na adolescência que os conflitos começam a ficar mais evidentes, uma vez que a visão da realidade é ampliada. Esta passagem envolve uma diferenciação na capacidade de percepção do mundo social. percebem o mecanismo do comércio e traçam caminhos coerentes nas suas explicações sobre o mesmo. As regras que antes eram rígidas agora podem ser mais maleáveis. sabem claramente que o preço de compra deve ser sempre inferior ao de venda, explicam o motivo dessa diferença sem dificuldade. Neste nível foi possível encontrar crianças de 11; 12 e 13 anos.

É possível verificar que há indicativos de que estas crianças, pelo trabalho que realizam, têm um conhecimento um pouco mais claro que se deve vender por um preço superior e nunca por um inferior. Assim, podemos dizer que o envolvimento com uma atividade mecânica, voltada à satisfação de uma necessidade, produz conhecimento prático, o que não indica que a compreensão do processo que levou ao êxito do funcionamento esteja desenvolvida, porque este envolve uma reconstrução interna do sujeito. Ou seja, pode-se concluir assim que a experiência direta com a venda proporciona a essas crianças uma familiaridade superior com o lucro, mas não necessariamente uma melhor capacidade de explicação e compreensão do mesmo, o que exige fatores que vão além da interação com o ambiente e a experiência, envolvendo também a maturação biológica e, sobretudo, o processo de equilibração.

5. METODOLOGIA

5.1. INSTRUMENTO

Piaget, desejando estudar o pensamento de crianças elaborou o Método Clínico ou Método Exploratório Crítico. Na obra “A Representação do Mundo na Criança”, Piaget (1926/2005) descreve a criação e o desenvolvimento do método de pesquisa psicogenética. Nesta obra, ele comenta que “para julgar a lógica das crianças, basta com freqüência discutir com elas; também é suficiente observá-las entre si. Para julgar suas crenças, é necessário um método especial, acerca do qual alertamos desde o início ser difícil, laborioso e que requer um ponto de vista que supõe ao menos um ou dois bons anos de treinamento” (p.10).

O método de investigação criado por Piaget constitui, portanto, um dos aspectos mais originais de sua obra. Por ser um instrumento que leva em conta a atividade lógica própria da criança, possibilita não apenas um maior entendimento de como ocorre o desenvolvimento intelectual, mas também permite uma maior compreensão de como ocorre a formação das representações e de como evoluem dos seus níveis mais elementares às formas mais elaboradas do pensamento.

Como vemos em Delval (2002), o experimentador é importantíssimo neste método e deve seguir a criança no seu raciocínio, na sua maneira de interagir com o meio e com os materiais à sua volta, e para isso é necessário um grande domínio das técnicas do método, um preparo que pode levar muitos anos para ser completado. É importante também que ele conheça as etapas do desenvolvimento da atividade lógica do sujeito, assim como seus conteúdos observáveis em conformidade com a psicologia genética. Dessa forma, para Piaget, “(...) o bom experimentador deve, efetivamente, reunir duas qualidades muitas vezes incompatíveis: saber observar, ou seja, deixar a criança falar, não desviar nada, não esgotar nada e, ao mesmo tempo, saber buscar algo de preciso, ter a cada instante uma hipótese de trabalho, uma teoria, verdadeira ou falsa, para controlar” (1926/2005, p.15). O método clínico, segundo Delval (2002), não tem nada de misterioso, contudo, é a chave usada para fazer as descrições e

observações de como se realiza o trabalho, como se obtém os dados e como se analisam os resultados, sendo a prática deste método a melhor forma de obter tais resultados.

O método clínico é formado por várias perguntas abertas, e permite ao pesquisador fazer intervenções durante a entrevista, quando este deseja que a criança esclareça a resposta dada. Isto possibilita seguir o caminho do pensamento da criança buscando, assim, por meio da justificativa dada, verificar a consistência ou não do seu conhecimento. No referido método, a análise dos dados é uma tarefa árdua, complexa e difícil, pois como se utilizam questões abertas, as respostas são muito diversas. Por isso o pesquisador precisa estar sempre atento aos seus objetivos e à sua hipótese, para definir o que é importante em seu estudo.

Utilizamos o método clínico (PIAGET, 1926/2005, DELVAL, 2002), pois com ele o pesquisador consegue coletar de forma abrangente dados importantes para suas análises, podendo assim encontrar informações reveladoras. Segundo Delval, o método clínico “é um procedimento para investigar como as crianças pensam, percebem, agem e sentem, que procura descobrir o que não é evidente no que os sujeitos fazem ou dizem, o que está por trás da aparência de sua conduta, seja em ações ou palavras” (2002, p. 67).

5.2. CAMPO DE ESTUDO

Uma parte da pesquisa de campo foi realizada nas ruas da cidade de Curitiba (ruas, esquinas, praças centrais e terminais de ônibus), com crianças e adolescentes vendedores. Após a identificação de possíveis locais onde o trabalho infantil ocorre, houve a localização dessas crianças, dando-se início à primeira fase da coleta de dados, no mês de abril de 2006. A entrevista envolvia perguntas sobre o produto que vendiam e a compra de um lápis. O outro momento da pesquisa se deu com crianças e adolescentes não vendedores, oriundas de uma escola particular, localizada num bairro central da cidade de Curitiba, no mês de maio de 2006. As perguntas envolveram a venda de uma borracha e a compra de uma bola.

5.3. SELEÇÃO DOS SUJEITOS

Com as crianças vendedoras a entrevista foi realizada no seu ambiente laboral, isto é, nas ruas da cidade de Curitiba. Elas estavam no contra-turno escolar. Procurou-se investigar as 10 primeiras crianças encontradas, tendo-se o cuidado de verificar as idades.

Na escola, com crianças não vendedoras, a entrevista foi realizada numa sala cedida para este fim. Para a seleção das crianças foi realizado um sorteio pela diretora em cada série, observando a faixa etária.

5.4. CARACTERIZAÇÃO DOS SUJEITOS

Esta pesquisa constituiu-se num estudo qualitativo, de natureza exploratória. Envolveu 10 sujeitos vendedores e 10 não vendedores, de ambos os sexos, da cidade de Curitiba, com idade entre 5 e 14 anos.

Usamos, no decorrer de nossa redação, nomes fictícios para garantir a privacidade dos sujeitos que entrevistamos. Para uma melhor visualização desses dados, apresentaremos uma tabela com as idades (ano e mês), sexo, escolarização, produto que vende, local da pesquisa e a profissão dos pais.

QUADRO 3 - CRIANÇAS E ADOLESCENTES VENDEDORES

continua

Nome	idade	Sexo	Série*	Vendem	Local	Profissão dos pais
Ivo	5;6	M	1 ^a	Flores	Terminal do Hauer	Pai: vende na rua Mãe: vende na rua
Vini	6;2	M	1 ^a	Flores	Terminal do Hauer	Pai: não sabe Mãe: não sabe
Jane	7;11	F	4 ^a	Adesivos	Praça Osório	Pai: pintor de casa Mãe: fica com ela na rua
Digo	8;3	M	2 ^a	Doces	R. XV de Novembro	Pai: não trabalha Mãe: não trabalha
Lia	9;6	F	3 ^a	Flores	Terminal do Hauer	Pai: não trabalha Mãe: falecida
Tom	10;11	M	Não estuda	Doces	Praça Tiradentes	Pai: não conhece Mãe: não sabe
Duda	11;11	M	4 ^a	Doces	Praça Tiradentes	Pai: polidor de carro Mãe: não trabalha

conclusão

Nome	idade	Sexo	Série*	Vendem	Local	Profissão dos pais
Zé	12;0	M	5ª	Adesivos	Praça Osório	Pai: não sabe Mãe: fica com ele na rua
Rafa	13;1	M	7ª	Doces	R. XV de Novembro	Pai: não trabalha Mãe: não trabalha
Beto	14;7	M	6ª	Doces	Av. Marechal Floriano	Pai: pedreiro Mãe: não trabalha

*Apontada pela criança.

Duas eram meninas e oito meninos, com idades entre 5 e 14 anos. Das crianças encontradas, nove freqüentam a escola. Entre elas, apenas duas estavam na série prevista para a idade. Verificamos que algumas delas possivelmente não poderiam pertencer às séries indicadas (Ivo 5;6, 1ª série; Vini 6;2 1ª série; Jane 7;11, 4ª série). Elas trabalham no contra-turno aproximadamente de 2 a 8 horas por dia, e muitas freqüentam as ruas de 4 a 6 dias por semana. Encontramos crianças que já estão há cinco anos na rua. Alguns estavam com roupas sujas e com fome, alguns comiam os doces que deveriam vender. A maioria dos sujeitos vendedores de rua vendia flores, doces e adesivos, e são de classe baixa. Seus pais realizam trabalhos informais, como polir carro, pedreiro, pintar casa, vender na rua. Alguns pais estão desempregados e outros ficam com as crianças na rua, principalmente com os menores.

QUADRO 4 - CRIANÇAS E ADOLESCENTES NÃO VENDEDORES

Nome	Idade	Sexo	Série	Produto sugerido	Local	Profissão dos pais
Bia	5;6	F	Pré	Borracha e lápis	Escola	Pai: professor universitário Mãe: secretária da APP
Lara	6;10	F	Pré	Borracha e lápis	Escola	Pai: bancário Mãe: publicitária
Juca	7;3	M	1ª	Borracha e lápis	Escola	Pai: estudante Mãe: estudante
Dudu	8;6	M	2ª	Borracha e lápis	Escola	Pai: professor Mãe: professora
Sol	9;3	F	3ª	Borracha e lápis	Escola	Pai: engenheiro Mãe: professora
Davi	10;1	M	4ª	Borracha e lápis	Escola	Pai: conserta máquina Mãe: confecciona fantasias
Lipi	11;0	M	5ª	Borracha e lápis	Escola	Pai: desempregado Mãe: designer gráfica
Luca	12;0	M	6ª	Borracha e lápis	Escola	Pai: conserta computador Mãe: musicoterapeuta
Ana	13;6	F	7ª	Borracha e lápis	Escola	Pai: engenheiro civil Mãe: estuda direito
Guto	14;9	M	8ª	Borracha e lápis	Escola	Pai: bancário Mãe: não tem

Quanto às crianças e adolescentes que encontramos na escola, quatro eram meninas e seis meninos, com idades entre 5 e 14 anos. Elas freqüentavam a pré-escola e as séries do ensino fundamental. Todas estavam de acordo com a idade-série. Os sujeitos da escola são, na sua maioria, de classe média e seus pais, profissionais liberais, professores, bancários e estudantes.

5.5. PROCEDIMENTO DE COLETA DE DADOS

Para as crianças e adolescentes vendedores foi utilizado o instrumento⁷ baseado em Delval (2002) e adaptado ao contexto brasileiro, o qual já havia sido testado em outros trabalhos (D'ARÓZ, STOLTZ, 2003; OTHMAN, STOLTZ, 2003, 2004, 2005a, 2005b; OTHMAN, D'ARÓZ, STOLTZ, 2004; PIECZARKA, LAGO, 2004; PIECZARKA, STOLTZ, 2005). Para as crianças e adolescentes não vendedores, realizou-se primeiramente um estudo piloto com 6 sujeitos para o aperfeiçoamento do instrumento⁸.

Cada entrevista, variou entre 10 a 30 minutos, dependendo da situação com cada sujeito, tendo sido gravada integralmente para posterior transcrição textual. Para os dois grupos de sujeitos foi explicado que se tratava de um trabalho acadêmico.

A abordagem com as crianças e adolescentes vendedores efetivou-se através do contato direto, no momento em que a criança estava trabalhando. Não podemos deixar de relatar que a entrevista na rua foi difícil. Às vezes precisávamos caminhar com as crianças pelas ruas; ficar sob olhares de curiosos que paravam para ver o que estava acontecendo; o barulho era grande; alguns pais a todo o momento queriam tirar suas crianças. Numa entrevista ficamos num espaço pequeno, entre a via dos ônibus e a dos carros, pois a entrevista foi feita no sinaleiro. Quando o sinal fechava para o trânsito de carros, o sujeito entrevistado tentava vender seu produto, quando abria o sinal, ele voltava para a entrevista.

⁷ Ver anexo 1

⁸ Ver anexo 2

Como estratégia facilitadora, foi-lhe proposta a compra de um de seus produtos em troca da concessão de uma entrevista, ou seja, estabeleceu-se um acordo informal, envolvendo a compra do produto. Algumas crianças participaram ativamente da entrevista, outros, porém, com medo do adulto que estava com ela na rua, ficavam só olhando com medo para este adulto e a qualquer sinal deste, deixavam de responder às perguntas e voltavam à atividade de venda. Em alguns casos, no meio da entrevista, o responsável pela criança, que estava cuidando da criança, aparecia e queria que ela parasse com a entrevista. A pesquisadora explicava, então, que estava fazendo um trabalho acadêmico. Alguns pais de crianças concordavam, mas ficavam próximos, observando. Outros pegavam a criança pelo braço e a levavam, para que voltasse a trabalhar.

O procedimento inicial para a realização das entrevistas com as crianças não vendedoras envolveu um contato com a direção da escola. A entrevista foi realizada em uma sala especial. Diferentemente das crianças e adolescentes de rua, na escola contou-se com silêncio e tranquilidade para a execução da entrevista em uma sala cedida para este fim. Foi realizado um sorteio de acordo com as faixas etárias estabelecidas para esta pesquisa (5 a 14 anos). Com os sujeitos da escola foi criado um ambiente que representava uma papelaria, envolvendo lápis e borrachas. A criança foi convidada a brincar de vender (lápis e borracha) e a partir da sua aceitação do papel de vendedor, realizaram-se as perguntas. As questões foram relacionadas a esta atividade e, em seguida, com a compra de uma bola. Algumas crianças participaram ativamente da entrevista, gesticulando e pegando os objetos, outras, porém, ficaram paradas, apenas respondendo às perguntas. A todas, no final da entrevista, foi oferecido uma borracha e um lápis, embora nem todos aceitassem.

Como previsto nas investigações que utilizam o Método Clínico, levamos em conta as idéias prévias dos sujeitos e buscamos acompanhar as interpretações que faziam das questões formuladas. Procuramos solicitar-lhes justificativas ou explicações sobre suas respostas, a fim de conhecer melhor a consistência de suas idéias. Realizamos contra-sugestões para tentar obter maiores detalhes do que a criança pensava realmente. Nosso interesse era buscar a compreensão das crianças e

adolescentes sobre o lucro, por isso, usávamos freqüentemente as frases: “Por quê?” “O que você pensa assim na sua cabeça?” “Fale o que você pensa”, entre outras indagações.

Com as entrevistas gravadas na íntegra, iniciou-se a transcrição textual e a elaboração dos protocolos⁹. Na seqüência, fizemos duas planilhas¹⁰, uma com as crianças da rua e outra com as crianças da escola, para que pudéssemos ter uma melhor visualização das respostas. A partir destas, identificamos categorias surgidas a partir da análise qualitativa dos dados, baseando-nos no tipo de argumentação presente nas respostas das crianças. Os dados obtidos foram analisados, individualmente, bem como no conjunto de sujeitos.

5.6. PROCEDIMENTO DE ANÁLISE DOS DADOS

Realizamos uma análise qualitativa das respostas dadas pelos sujeitos de nossa amostra de acordo com o referencial teórico. As informações colhidas nas entrevistas foram organizadas em categorias e procedeu-se então a um mapeamento de cada caso, o qual forneceu indicativos sobre os níveis de compreensão da noção do lucro, as semelhanças e diferenças entre as crianças vendedoras e não vendedoras e os possíveis fatores que podem contribuir ou dificultar a compreensão da noção de lucro.

⁹ Ver anexos 3 e 4.

¹⁰ Ver anexos 5 e 6.

6. RESULTADOS E ANÁLISE

Para realizar a análise e discussão dos resultados organizamos os dados da entrevista em 4 grandes blocos.

Crianças e adolescentes vendedores:

Bloco I: Questões sobre o produto que vende – adesivo/doce/rosa - (objeto presente);

Bloco II: Questões sobre a compra de um lápis (objeto ausente);

Crianças e adolescentes não vendedores:

Bloco III: Questões sobre a compra de uma borracha (objeto presente);

Bloco IV: Questões sobre a compra de uma bola (objeto ausente).

Definidos os 4 blocos, realizamos, primeiramente, a análise separada do Bloco I e II. Em seguida, fizemos uma comparação entre eles. Na sequência analisamos os Blocos III e IV individualmente e os comparamos. Finalmente concluímos com uma análise geral das respostas das crianças e adolescentes vendedores e os não vendedores.

6.1 CRIANÇAS E ADOLESCENTES VENDEDORES

6.1.1 Bloco I - Questões sobre o produto que vendem – adesivo/doce/rosa - (objeto presente).

Na Tabela 1 identificamos dois grupos: o primeiro é formado pelos sujeitos que recebem a mercadoria do adulto (Ivo 5;6, Vini 6;2, Jane 7;11, Digo 8;3). Destes, alguns participam da compra (Ivo 5;6, Jane 7;11) e outros não (Vini 6,2, Digo 8,3). As crianças do segundo grupo afirmam que adquirem sozinhos sua mercadoria (Lia 9;6, Tom 10;11, Duda 11;1, Zé 12;11, Rafa 13;1, Beto 14;7). Com estes dados há indicativos de que o primeiro grupo é totalmente dependente do adulto em relação à aquisição do produto. Sabemos que a maioria está nas ruas para executar um trabalho imposto pelo adulto. Quanto ao segundo, há indícios que, em relação à compra de mercadoria, possuem uma certa autonomia.

TABELA 1 – COMO A CRIANÇA CONSEGUE O PRODUTO QUE VENDE.

Sujeito Idade	Parentes fornecem (pai, mãe, irmão)		A criança compra sozinha	
	Vai junto comprar	Não vai junto comprar	Lugar indefinido	Loja/banca/mercado
Ivo 5;6	X			
Vini 6;2		X		
Jane 7;11	X			
Digo 8;3		X		
Lia 9;6			X	
Tom 10;11			X	
Duda 11;1			X	
Zé 12;11				X
Rafa 13;1				X
Beto 14;7				X
	20%	20%	30%	30%
		40%		60%
Total		100%		

Seguem extratos de protocolos: a) a criança que recebe a mercadoria do adulto, e b) da que compra sozinha.

a) **Vini 6;2** - Quem consegue este produto que você vende? *Minha mãe*. Você vai junto? *Não*. Sabe quanto custa? *Não*.

Jane 7;11 - Quem consegue este produto que você vende? *Ele*. Ele é teu irmão? *É*. E onde ele compra os adesivos? *Não sei*. Você já foi com ele comprar? *Não*.

b) **Rafa 13;1** - Onde você consegue este produto? *Na banquinha lá em cima*. Quem compra pra você? *Eu mesmo*.

Beto 14;7 - Quem consegue este produto que você vende? *Eu pego na loja de doces*. Quando você vai à loja você precisa comprar? *Sim*. Por quê? *Porque sim. Porque eu compro e vendo pra mim*. Alguém vai com você? *Não*.

Constatamos na Tabela 2 que, das crianças que recebem a mercadoria do adulto, metade não sabe quanto custa (Ivo 5;6, Vini 6;2), embora uma delas esteja junto no momento da compra (Vini 6;2). Já os outros afirmam que sabem quanto custa (Jane 7;11, Digo 8;3), embora uma delas não vá junto comprar (Digo 8;3). Os sujeitos restantes que adquirem sozinhos seu produto, sabem o preço de custo (Lia 9;6, Tom 10;11, Duda 11;1, Zé 12;11, Rafa 13;1, Beto 14;7).

Na questão sobre quem define o valor de venda, verificamos que os menores recebem a mercadoria e o preço de venda determinado pelo adulto; este é mais um indicativo de que há uma influência destes sobre os pequenos. Os sujeitos que compram sozinhos têm autonomia de atribuírem o preço de venda ao seu

produto, embora precisem levar para casa um valor estabelecido pelo adulto. De uma forma ou de outra, com exceção de um sujeito que afirma que trabalha para si (Beto 14;7), podemos dizer que estes sujeitos não têm consciência de que estão sendo explorados pelo adulto. Eles se acham expostos “a todas as sugestões e influências do meio circundante, às quais se acomodam sem crítica, precisamente porque é inconsciente do caráter próprio do seu ponto de vista” (PIAGET, 1947/1958, p. 207).

TABELA 2 – SABE QUANTO CUSTA E QUEM DEFINE O PREÇO?

Sujeito Idade	Sabe quanto custa?		Quem define preço de venda?	
	Sim	Não	Parentes (pai/mãe/irmão)	A própria criança
Ivo 5;6		X	X	
Vini 6;2		X	X	
Jane 7;11	X		X	
Digo 8;3	X		X	
Lia 9;6	X			X
Tom 10;11	X			X
Duda 11;1	X			X
Zé 12;11	X			X
Rafa 13;1	X			X
Beto 14;7	X			X
	80%	20%	40%	60%
	100%		100%	

Na seqüência apresentamos extratos de protocolos: a) a criança que não sabe quanto custa a mercadoria, e b) a criança que sabe.

a) **Ivo 5;6** - Sabe quanto custa? *Não*. E por quanto você vende? *R\$ 2,00*. Quem fala pra você vender por R\$ 2,00. *Minha mãe*.

b) **Duda 11;1** - É? E onde você consegue este produto? *Lá, eu compro*. E... quem consegue este produto? *Minha mãe dá dinheiro*. Tua mãe dá dinheiro pra você, mas quem compra? *Minha mãe*. A tua mãe compra ou ela dá o dinheiro e você compra? *Ela dá o dinheiro pra mim compra*. E você vai e compra. Aonde você compra? *Ali em cima*.

Beto 14;7 - Você sabe quanto custam pra você estas balinhas? *Pra mim comprá custam R\$ 4,30, R\$ 4,50*. E por quanto você vende? *Vendo a R\$ 1,00*. Não, mas espera aí, você compra de bastante, não é? *Sim*. Você compra bastante e quem monta assim pra você? (vem embaladas 15 balinhas e 10 chicletes) *Eu*. Você compra a R\$ 4,30 todas, quando você vende todas, você junta quanto? *Ah, dá pra tirar R\$ 50,00 mais ou menos*. Dos R\$ 4,30 você junta R\$ 50,00 mais ou menos. *Eu compro três pacotes de balas e dois de chicletes*. Com três pacotes de balas e dois de chicletes você gasta mais ou menos R\$ 4,30? *Não*. Quanto você gasta? *R\$ 18,95*. E dos R\$ 18,95 você faz virar R\$ 50,00? *É*. E você ganha assim? *(ri) claro*. Quanto você ganha? *Uns R\$ 30,00 mais ou menos, depende o dia*. E quem decide o valor que você deve vender? *Ninguém, eu mesmo*. Por quê? *Porque eu trabalho pra mim*.

Com a Tabela 3 temos a oportunidade de constatar que, dos 40% dos sujeitos que recebem o produto e o preço estabelecido (Ivo 5;6, Vini 6;2, Jane 7;11, Digo 8;3), uma parte confere um valor de compra superior ao de venda e afirma que ganha 'só trocado' (Ivo 5;6); a outra não sabe quanto custa e diz que ganha todo o dinheiro da venda (Vini 6;2). Ambos afirmam que ganham dinheiro. Os outros dizem que o valor de compra é menor que a venda e que ganham a diferença entre estes valores (Jane 7;11, Digo 8;3). O que podemos perceber neste grupo é que as crianças menores não têm qualquer compreensão que se deve comprar por menos e vender por mais, sabem apenas o que lhes foi determinado, isto é, o preço de venda (Ivo 5;6, Vini 6;2). Entre os 60% restantes da amostra podemos identificar os seguintes dados: todos afirmam que o preço de compra deve ser inferior ao de venda e que ganham dinheiro com esta prática. Deste grupo, uma parte expressa que a quantia que ganham é todo o valor da venda (Lia 9;6, Tom 10;1), outra parte revela que ganha a diferença entre o preço de compra e de venda (Duda 11;1, Zé 12;11, Rafa 13;1, Beto 14;7) .

O que é comum a quase toda a amostra é a afirmação de que o preço de compra é sempre inferior ao de venda e que ganham dinheiro com sua atividade, embora percebamos, pelas suas respostas, que alguns nem sempre ganham o que imaginam.

TABELA 3 - QUANTO CUSTA E POR QUANTO VENDE CADA UNIDADE?

Sujeito Idade	Diferença de preço		Ganha dinheiro?	Quanto ganha?
	Compra	Vende		
Ivo 5;6	3,00	2,00	Sim	Só trocado.
Vini 6;2	Nao sabe	2,00	Sim	2,00
Jane 7;11	0,80	1,00	Sim	0,20
Digo 8;3	0,05	0,10	Sim	0,05
Lia 9;6	1,00	2,00	Sim	2,00
Tom 10;11	0,50	1,00	Sim	1,00
Duda 11;1	4,90	20,00	Sim	15,00
	a caixa	no total		
Zé 12;11	0,20	1,00	Sim	0,80
Rafa 13;1	0,25	0,50	Sim	0,25
Beto 14;7	18,90	50,00	Sim	30,00
	o pacote	no total		

Podemos notar, na tabela acima, que alguns sujeitos indicam o preço de seu produto em grande quantidade e não por unidade. Este fato foi identificado por

Delval e Echeíta (1991) como uma dificuldade para entender a compra no atacado. Para os sujeitos vendedores mais velhos que sozinhos compram e atribuem o preço da sua mercadoria, este fato parece não apresentar muito problema. Seguem extratos de protocolos referentes à compra no atacado e a atribuição de preço para cada unidade:

Duda 11;11 - Você sabe quanto custa? *R\$ 4,90*. Mas você sabe quanto custa cada um deste? *R\$ 1,00*. E por quanto você vende? *R\$ 1,00*. E quanto custou pra você? *Ah, uns R\$ 0,20*. Não entendi. Você sabe quanto custa quando você vai comprar cada balinha desta? *Não*. Não? *Eu ganho R\$ 15,00 em cima*. Mas, então você gasta quanto em cada caixinha? *R\$ 4,90*. Se você vender tudo você vende por quanto? *R\$ 20,00*. Tudo R\$ 20,00? Quantos negocinhos têm aí dentro? *Tinha 20*. Tem 20 em cada caixinha? Então você paga R\$ 4,90 nela e se você vender tudo você fica com R\$ 20,00, é isso? *Compro comida daí*.

Zé 12;11 - Sabe quanto custa? *R\$ 5,50*. Quanto? *R\$ 5,50*. Quantos adesivos vêm em R\$ 5,50? *Vem uns 25*. Sabe quanto custa cada adesivo pra você? *Sei*. Quanto? *R\$ 0,20*. E você vende por quanto? *R\$ 1,00*. Quando vende por 1,00, você ganha dinheiro? *Ganho, claro*. Quanto? *0,80*.

Beto 14;7 - Você sabe quantos custam pra você estas balinhas? *Pra mim comprá custam R\$ 4,30, R\$ 4,50*. E por quanto você vende? *Vendo a R\$ 1,00*. Não, mas espera aí, você compra de bastante, não é? *Sim*. Você compra bastante e quem monta assim pra você? (vem embalado 15 balinhas e 10 chicletes) *Eu*. Você compra a R\$ 4,30 todas, quando você vende todas, você junta quanto? *Ah, dá pra tirar R\$ 50,00 mais ou menos*. Dos R\$ 4,30 você junta R\$ 50,00 mais ou menos. *Eu compro três pacotes de balas e dois de chicletes*. Com três pacotes de balas e dois de chicletes você gasta mais ou menos R\$ 4,30? *Não*. Quanto você gasta? *R\$ 18,95*. E dos R\$ 18,95 você faz virar R\$ 50,00? *É*. E você ganha assim? *(ri) claro*. Quanto você ganha? *Uns R\$ 30,00 mais ou menos, depende o dia*.

Na tabela a seguir observamos que dos 70% dos sujeitos que afirmam que se pode aumentar o preço da mercadoria, a maior parte não sabe explicar porque isto é possível (Ivo 5;6, Vini 6;2, Jane 7;11, Lia 9;6). Os restantes comentaram que é para ganhar mais dinheiro (Tom 10;11, Rafa 13;1 e Beto 14;7). Dos 30% dos indivíduos que dizem que não podem aumentar o preço, um sujeito não sabe justificar sua opinião (Digo 8;3). Os outros revelam que se aumentassem o preço venderiam menos (Duda 11;1 e Zé 12;11). Nota-se que os menores, embora afirmando que se deve vender por um preço superior, não sabem explicar o motivo desta prática (Ivo 5;6, Vini 6;2, Jane 7;11 e Digo 8;3). Assim, há indícios de que, para estes sujeitos, o saber que se deve cobrar mais é um dado proveniente do meio e que os sujeitos, principalmente os menores “tendem a apresentar explicações baseadas em uma ausência de conhecimento do processo de transformação envolvido na definição da noção” (STOLTZ, 2006, p.2). Os que afirmam que não

podem aumentar o valor, explicam sua resposta dizendo que, se aumentassem o preço, as pessoas não iriam comprar. E também porque às vezes “a venda fica fraca” e “se aumentar o preço dificulta a arrecadação durante o dia”. Podemos dizer que enquanto as respostas dos sujeitos mais novos revelam uma não compreensão da variação do preço, os mais velhos apontam como o “a ganhar dinheiro” ou que “o freguês acha caro, não vai comprar e vai vender menos”, confirmando a regra 7 “Regra de Mercado” citada anteriormente (p. 60) e proposta por Delval (2002).

TABELA 4 – A CRIANÇA PODE MUDAR O VALOR DO PRODUTO PARA MAIS? POR QUÊ?

Sujeito Idade	Sim		Não	
	Não sabe	Para ganhar mais dinheiro	Não sabe	Porque vai vender menos
Ivo 5;6	X			
Vini 6;2	X			
Jane 7;11	X			
Digo 8;3			X	
Lia 9;6	X			
Tom 10;11		X		
Duda 11;1				X
Zé 12;11				X
Rafa 13;1		X		
Beto 14;7		X		
	40%	30%	10%	20%
		70%		30%
Total			100%	

Podemos observar abaixo nos extratos de protocolos: a) criança que concorda, e b) criança que não concorda com o aumento do preço.

a) Jane 7;11 - Você acha que é melhor vender por mais de R\$ 1,00 (vende por R\$ 1,00)? *Por menos de R\$ 1,00.* Por menos de R\$ 1,00? Por quanto você acha melhor vender? *R\$ 0,80?* Você acha melhor vender por R\$ 0,80? Se ele compra por R\$ 0,80 e vende por R\$ 0,80 ganha algum dinheiro? *Ganha.* Quanto você acha que ganha? *R\$ 0,20.* Compra por R\$ 0,80 e vende por R\$ 0,80 e ganha R\$ 0,20? *Acho que ganho.* Acha que ganha? Por que você acha? *Não sei.* Pensa na sua cabeça. *Não sei.*

Tom 10;11 - Você pode vender a R\$ 1,50 cada um desse (vende por R\$ 1,00)? *Pode.* Por quê pode? *Porque daí é bom, vem mais dinheiro.*

Rafa 13;1 - Você pode mudar esse valor pra mais? *Dá.* Por quê? *Se aumentar fica melhor ainda.*

b) Digo 8;3 - Pode vender por mais (vende por R\$ 0,10)? *Não.* Por quê? *Porque eles não compram.*

Zé 12;11 - Pode vender por mais (vende por R\$ 1,00)? *Não.* Por quê? *Porque às vezes a gente ganha pouco e daí não tem pra dá pra mãe.*

Na próxima tabela temos a justificativa das respostas dos 30% dos sujeitos que afirmam que podem diminuir o preço até o valor que pagam na compra (Duda 11;1, Zé 12;11). Um indivíduo diz que é dono do seu próprio negócio e pode fazer o que quiser (Beto 14;7). Vemos aqui a regra 6 “*Regra de Decisão*”, proposta por Delval (2002, p. 204), citada anteriormente neste trabalho (p. 60). A maior parte da amostra, 70%, fala que não pode diminuir o preço. Num primeiro momento, esta resposta pode indicar uma possível compreensão do lucro, no entanto, ao observar as justificativas, percebemos que uma parte afirma que não podem diminuir o preço devido à determinação do adulto (Ivo 5;6, Vini 6;2 e Tom 10;11). Outra parte comenta que se diminuir o preço, “fica muito pouco” (Jane 7;11, Digo 8;3 e Lia 9;6). O restante comenta que não teria lucro (Rafa 13;1). Algumas crianças revelaram que se não conseguissem o valor determinado poderiam receber castigos físicos, revelando a coerção e a obrigação de levar dinheiro para casa. Há indicativos de que para estes sujeitos, principalmente para os menores, a venda é, basicamente, a forma de conseguir dinheiro para levar para casa.

TABELA 5- A CRIANÇA PODE MUDAR O VALOR DO PRODUTO PARA MENOS? POR QUÊ?

Sujeito Idade	Sim		Não		
	Pode só até o valor que pagou	Trabalha para ele Mesmo	Determinação do adulto	Fica muito pouco	Não tem lucro
Ivo 5;6			X		
Vini 6;2			X		
Jane 7;11				X	
Digo 8;3				X	
Lia 9;6				X	
Tom 10;11			X		
Duda 11;1	X				
Zé 12;11	X				
Rafa 13;1					X
Beto 14;7		X			
	20%	10%	30%	30%	10%
	30%			70%	
Total			100%		

A seguir, extratos de protocolos: a) criança que concorda e b) criança que não concorda com a diminuição do preço.

a) **Duda 11;11** - Por menos pode. Por quanto você pode vender (vende por R\$ 1,00)? *Até por R\$ 0,50.* Até por R\$ 0,50 você pode vender. *Não, mas quando eu faço outros R\$ 0,50, eu ganho outro R\$ 0,50 daí dá.* Como você ganha outro R\$ 0,50? *Ponho R\$ 0,50 em cima daí intera R\$ 1,00.* Você pode vender pra mim por R\$ 0,50? *Posso. Só que eu*

não tenho outros R\$ 0,50. Ah, e de onde você tira este outro R\$ 0,50? *Ah, eu peço. Preciso juntá R\$ 20,00.* R\$ 20,00 é isso. Ah, então se você vende por R\$ 0,50 alguém tem que lhe dar dinheiro pra você... *Interá.* Ah? *Pra mim interá.* E os outros R\$ 0,50 você consegue como? *Eu peço.*

Beto 14;7 - Você pode vender por menos de R\$ 1,00? *Posso.* Por que pode? *Ah, porque é a mesma coisa eu faço pra mim.*

- b) **Vini 6;2** - Você pode mudar esse valor pra menos do que vende? *(foi perguntar pra mãe se poderia vender por R\$ 1,00). (Trouxe uma rosa mais simples e disse que aquela ele poderia vender por R\$ 1,00)* Por que esta pode? *Porque a de R\$ 2,00 é mais nova.*

Lia 9;6 – Pode vender por R\$ 0,50 (vende por R\$ 2,00)? *Não.* Por quê? *Porque daí eu não ganho nada.*

Tom 10;11 - Pode vender por menos (vende por 1,00)? *Não. Tem que levá pra minha vó senão ela me bate.* Quanto você junta no dia? *Vintão.* Não pode chegar em casa com dezão? *Não.* Por quê? *Minha vó me bate.*

Rafa 13;2 - E por menos de R\$ 0,25? *Não.* Por que não pode? *Eu já paguei isso, daí não ganho lucro.*

Vemos, acima, na fala de Tom 10;11, indicativos de um contexto autoritário, fato que impede a reflexão. O sujeito, possivelmente por medo da punição, segue a autoridade sem questionamento e desta forma não desenvolve o juízo próprio. Em contextos autoritários, a criança não desenvolve a reflexão e torna-se incapaz de emitir uma resposta elaborada por si mesma. Como vemos em Piaget (1932/1977, p. 117/118), “As regras impostas pelo adulto verbalmente (proibição de roubar, de pegar sem cuidado objetos frágeis, etc) ou materialmente (repreensões ásperas e castigos), constituem, antes de ser assimiladas espiritualmente, obrigações categóricas para a criança.”

Na Tabela 6 verificamos que, do total dos sujeitos, 40% acha melhor deixar o valor da mercadoria com o preço que já estava. Uma parte diz que a mãe não deixa que mude o preço (Ivo 5;6 e Vini 6;2). Os outros apenas dizem que “é melhor deixar como tá” (Digo 8;3 e Lia 9;6). Um sujeito afirma que é melhor mudar para menos, mas não sabe justificar sua resposta (Jane 7;11). Constatamos que 50% dos sujeitos acreditam que é melhor aumentar o valor. Somente 10% justifica-se com um “era bom” vender por mais (Tom 10;11), e a grande maioria revela que é melhor aumentar, pois ganham mais dinheiro (Duda 11;1, Zé 12;11, Rafa 13;1, Beto 14;7).

TABELA 6 - É MELHOR PARA A CRIANÇA VENDER POR MAIS, POR MENOS OU DEIXAR O MESMO VALOR? POR QUÊ?

Sujeito Idade	Mais		Menos	Mesmo valor	
	É bom	Ganha mais dinheiro	Não sabe	Mãe não deixa	Porque é melhor
Ivo 5;6				X	
Vini 6;2				X	
Jane 7;11			X		
Digo 8;3					X
Lia 9;6					X
Tom 10;11	X				
Duda 11;1		X			
Zé 12;11		X			
Rafa 13;1		X			
Beto 14;7		X			
	10%	40%		20%	20%
		50%	10%		40%
Total			100%		

Na seqüência, apresentamos extratos de protocolos: a) o sujeito que admite vender por mais; b) o sujeito afirma que pode vender por menos, e c) o sujeito que prefere que fique o mesmo preço.

a) **Rafa 13;1** - Você acha que é melhor vender por mais, menos ou deixar como está (vende por R\$ 0,50)? *Por mais.* Por quê? *Porque ganha mais.*

Duda 11;1 - É melhor você vender por mais ou por menos... (vende por R\$ 1,00)? *Por mais.* Por que por mais? *Porque ... porque... pro dinheiro ficá pra mim.*

Tom 10;11 - Você acha que é melhor vender por mais ou por menos ou deixar como ta? *Por mais.* Por quê? *Mais bom.*

b) **Jane 7;11** - Você acha que é melhor vender por mais de R\$ 1,00 ou por menos (vende por R\$ 1,00)? *Por menos de R\$ 1,00.* Por menos de R\$ 1,00? Por quanto você acha melhor vender? *R\$ 0,80?* Você acha melhor vender por R\$ 0,80? Se ele compra por R\$ 0,80 e vende por R\$ 0,80 ganha algum dinheiro? *Ganha.* Quanto você acha que ganha? *R\$ 0,20.* Compra por R\$ 0,80 e vende por R\$ 0,80 e ganha R\$ 0,20? *Acho que ganho.* Acha que ganha? Por que você acha? *Não sei.* Pensa na sua cabeça. *Não sei.*

c) **Lia 9;6** - É melhor vender por mais, por menos ou deixar como ta (vende por 2,00)? *Deixa assim.* Por quê? *Acho que é melhor.*

Ivo 5;6 - Você acham melhor vender por mais, por menos ou deixar igual? *Igual.* Por quê? *A mãe disse.*

Podemos dizer que as crianças menores tendem a reproduzir regras impostas que não advém de um conhecimento próprio. Suas respostas possivelmente apóiam-se na obediência à norma (PIAGET, 1932/1977). Nos sujeitos maiores notamos uma maior objetividade, pois suas justificativas indicam que se

deve vender por mais para ganhar dinheiro. Os dados encontrados com os sujeitos maiores equiparam-se aos das pesquisas realizadas no México (DELVAL, DÍAZ-BARRIGA, HINOJOSA, DAZA, 2006) e no Brasil (OTHMAN, STOLTZ, 2003, 2004, 2005a, 2005b, 2006; OTHMAN, DAROZ, STOLTZ, 2004; PIECZARKA, STOLTZ, 2005; STOLTZ, 2004, 2005a, 2005 b, 2006).

A partir da Tabela 7, as questões referem-se ao lojista que fornece a mercadoria para as crianças. Os sujeitos da amostra tiveram que inferir o valor da mercadoria, e a forma de agir de uma outra pessoa, no caso um lojista.

Na Tabela 7 temos a possibilidade de constatar que 20% dos sujeitos dão respostas que não apresentam a necessária diferenciação entre o preço do compra e venda (Ivo 5;6, Vini 6;2). Um fornece o mesmo valor de compra e venda, afirma que o lojista ganha dinheiro, sendo este o valor total da venda (Ivo 5;6). O outro não sabe responder qual é o preço de custo, de venda, se o lojista ganha nem quanto ganha (Vini 6;2). Dando o preço de custo igual ao de venda encontramos 20% da amostra (Digo 8;3 e Tom 10;11), mas o primeiro diz que o lojista não ganha dinheiro com esta prática e o segundo afirma que ganha e que este valor era todo o dinheiro da venda. Os 60% dos sujeitos restantes deram respostas adequadas, isto é, um preço de venda superior ao de compra (Jane 7;11, Digo 8,3, Duda 11;1, Zé 12;11, Rafa 13;1, Beto 14;7). Destes, apenas um sujeito (Lia 9;6) não sabe dizer se o lojista ganha dinheiro, nem quanto ganha.

TABELA 7 - DIFERENÇA ENTRE O PREÇO DE COMPRA E VENDA DO LOJISTA

Sujeito Idade	Diferença de preço		Ganha dinheiro?	Quanto ganha?
	Custa	Vende		
Ivo 5;6	3,00	3,00	Sim	3,00
Vini 6;2	Não sabe	Não sabe	Nao sabe	Nao sabe
Jane 7;11	0,50	0,80	Sim.	Não sabe
Digo 8,3	0,05	0,05	Não	Não sabe
Lia 9;6	0,20	1,00	Não sabe	Não sabe
Tom 10;11	3,00 a caixa	3,00	Sim	3,00
Duda 11;1	3,00 a caixa	4,90 a caixa	Sim	1,90
Zé 12;11	0,10	0,20	Sim	0,10
Rafa 13;1	0,15	0,25	Sim	0,10
Beto 14;7	3,00 a caixa	4,50 a caixa	Sim	1,00 em cada caixa.

As crianças menores têm dificuldade de compreender a diferença entre o preço de custo e o de venda, visto que acreditam que ganham o valor total de dinheiro que recebem com a venda. Possivelmente esta é uma dificuldade de tipo

cognitivo (Delval, 1989, 1994, 2002; Delval e Echeíta, 1991), onde há o problema com o domínio das 4 operações, por isso os sujeitos não são capazes de se dar conta de que o que ganham representa a subtração entre o preço de venda e o de compra. Apenas nas explicações de alguns sujeitos mais velhos observamos que conseguem estabelecer, mais objetivamente, a distinção entre esta diferença de preço de compra e venda, considerando-a como um processo inerente à prática de venda.

Nossas questões voltam-se, na Tabela 8, na direção de identificar se as crianças e adolescentes vendedores têm compreensão da existência do distribuidor e do fabricante. De uma forma geral, o que se pode verificar é que os sujeitos menores não conseguem ultrapassar o dado mais próximo, isto é, pensar em outra loja, muito menos pensar no distribuidor e no fabricante.

TABELA 8 - ONDE O LOJISTA CONSEGUE MAIS PRODUTO?

Sujeito Idade	Não sabe	Outra loja	Ligam para trazer	Fábrica
Ivo 5;6		X		
Vini 6;2		X		
Jane 7;11	X			
Digo 8;3		X		
Lia 9;6	X			
Tom 10;11			X	
Duda 11;1				X
Zé 12;11			X	
Rafa 13;1		X		
Beto 14;7				X
Total	20%	40%	20%	20%
		100%		

Abaixo destacamos alguns extratos de protocolos onde: a) o sujeito não sabe; b) o sujeito sabe onde o lojista consegue mais produtos.

- a) **Lia 9;6** - O que eles fazem se acabam os adesivos? *Se não tem mais eu vou embora.* Daí eles não vendem mais? *Só no outro dia.* E onde eles conseguem mais? *Não sei.*

Jane 7;11 - E se lá onde ele consegue o produto acabou. Ele foi lá comprar mais adesivo e acabou, o que será que acontece? *Não sei.* Ele foi lá comprar e não tem mais, e daí? *Não sei.* Acabou? Não tem mais? *Acho que acabou.* O que eles fazem? *Daí eles não vendem mais.* Não vendem mais. *Uham.*

- b) **Tom 10;11** - E ali aonde você compra, acabou, você vai lá comprar chicletes, o que você acha que eles vão fazer? *Nada.* Eles nunca mais vão vender bala? Como eles vão fazer? (o amigo começa a rir e atrapalha um pouco) ... *eles vão ligar..., é, vão ligar, é... pra doçaria.*

Digo 8;3 - Você vai comprar na loja, chega lá e não tem mais, o que eles fazem? *Eles compram em outra.*

Rafa 13;1 - E se lá no vendedor acabou, o que o vendedor faz? *Não sei.* Dá pra comprar em outro lugar? *Dá pra comprar numa banquinha... No outro homem.* E será que eles também precisam pagar? *Uhum.* E lá ainda onde os outros compram, quanto você acha que eles pagam? *Como assim.* Eles já pagaram R\$ 0,10, e vão comprar no outro lugar, quanto eles pagam? *Acho... Que eles emprestam a caixinha, depois eles devolvem a caixinha.* Mas quando ele vai devolver ele vai comprar aonde a caixinha? *Vai dá em dinheiro.*

Duda 11;11 - A fábrica gasta pra fazer a balinha? *Não, ela faz lá.* Como? *Não custa nada pra ela fazer.* Um dia um menino tava falando pra mim, numa entrevista que a fábrica gasta pra fazer a bala. Você acha que o menino tá certo ou errado? *Não sei.* Mas na sua cabeça o que você acha, a fábrica gasta pra fazer ou não? *Gasta.* Gasta? *Acho que gasta, não sei, eles fazem lá mesmo.*

Zé 12;11 - E se lá acabou, onde você acha que eles conseguem mais? *Os homens que fazem, né.* Eles gastam pra fazer? *Não.* Pra fazer não precisam gastar? Por que será? *Eles têm máquinas.*

Como vemos em Delval e Echeíta (1991) a resposta apresentada por Duda 11;11 e Zé 12;11, a qual se refere ao lojista fazer sua mercadoria, não é freqüente, principalmente em sujeitos mais velhos como nestes casos. Na Espanha, este fato só foi encontrado com sujeitos pequenos e quando se referiam à padaria e à fabricação do pão. Também foram encontradas respostas semelhantes na Itália, relacionadas à fabricação de vestuário e artigos de decoração (BERTI, BOMBI, 1988). Nesta pesquisa verificamos que este fato se deu em relação à fabricação de doces e adesivos. Este é possivelmente um dado importante e que merece mais pesquisas. É fácil perceber a dificuldade em ultrapassar a realidade mais próxima. Este fato provavelmente se dá porque ele apresenta a dificuldade cognitiva de descentração (PIAGET, 1990) e não consegue entender o processo envolvido no comércio em relação à reposição de mercadoria (DELVAL, PADILLA, 1997).

Perguntamos às crianças e adolescentes o que iriam fazer com o dinheiro que arrecadavam com seu trabalho. As respostas estão apresentadas na Tabela 9. No caso dos sujeitos analisados, o dinheiro não tem apenas um papel ritual como em Delval e Echeíta (1991), mas tem a função de suprir as necessidades básicas da criança e sua família.

TABELA 9 – O QUE A CRIANÇA E O ADOLESCENTE VENDEDORES
FAZEM COM O DINHEIRO QUE ARRECADAM?

Sujeito Idade	Dá para o adulto	Divide com o adulto	Fica com todo o dinheiro
Ivo 5;6	X		
Vini 6;2	X		
Jane 7;11	X		
Digo 8;3	X		
Lia 9;6			X
Tom 10;11	X		
Duda 11;1		X	
Zé 12;11		X	
Rafa 13;1	X		
Beto 14;7			X
Total	60%	20%	20%
		100%	

Na seqüência, extratos de protocolos: a) a criança dá todo dinheiro para o adulto; b) divide com o adulto; c) fica com todo o dinheiro.

a) **Digo 8;3** O que você faz com o dinheiro que você ganha aqui? *Dô pro pai comprar pão.*

Ivo 5;6 - O que você faz com o dinheiro que você ganha aqui? *Eu dou pra minha mãe e meu pai.*

Rafa 13;1 - O que você faz com o dinheiro que você ganha? *Do pra mãe.* Você fica com algum dinheiro? *Do tudo pra ela.*

b) **Duda 11;1** - Ah, e você fica com algum dinheiro desse que você vende? *Aha* Quanto você fica? *Fico com R\$ 10,00.*

Zé 12;11 - Você dá todo o dinheiro pra ela? *Não.* Quanto você dá? *A metade.*

c) **Beto 14;7** - O que você faz com o dinheiro que você ganha aqui? *Compro coisa pra mim.*

No bloco I, observamos que as respostas dadas pelos sujeitos refletem a coerção exercida pelo adulto. Os sujeitos evidenciaram julgamento baseado na heteronomia onde o certo é definido pela obediência a uma autoridade e pela submissão às regras que lhes são impostas. Como já indicado, o meio coercitivo não é provocador e estimulante, não leva à reflexão, pelo contrário, leva-os a serem governados por regras de outras pessoas (PIAGET, 1932/1977). As justificativas destes sujeitos são simples, diretas e voltam-se apenas para a questão de que se deve ganhar dinheiro, visto que precisam levar dinheiro para casa.

A análise deste primeiro bloco revelou que a maioria dos sujeitos demonstrou dificuldade com a compreensão significativa do lucro, concebendo-o com objetivos restritos à coleta de dinheiro para dar ao adulto e permitiu observar que a compreensão da noção de lucro tende a evoluir de uma forte orientação heterônoma e egocêntrica, para uma perspectiva mais autônoma, embora, no caso desta amostra, ainda com traços de egocentrismo. Possivelmente isto se dá porque o sujeito está preso a uma atividade mecânica que toma a maior parte de seu tempo e está voltada, basicamente, à sua sobrevivência.

6.1.2 Bloco II – Questões sobre o lápis (objeto ausente)

Na segunda parte da entrevista realizamos questões sobre a compra de um lápis, com o objetivo de verificar a compreensão na noção de lucro em relação a um produto comum ao seu cotidiano, mas que não estava presente no momento da entrevista. Novamente aqui eles precisam se colocar no lugar do lojista, fato que trabalha a diferenciação entre o seu ponto de vista e o dos outros (PIAGET, 1990)

Na Tabela 10, podemos observar que todos sabem onde se pode conseguir um produto que se deseje. Como afirma Delval (1991) “el niño entra muy pronto en contacto con este aspecto del mundo social.” (p. 72). Vemos que 50% reconhece outra loja como fornecedor (Vini 6;2, Jane 7;11, Digo 8;3, Zé 12;11, Rafa 13;1), 40% refere-se à fábrica (Lia 9;6, Tom 10;11, Duda 11;1, Beto 14;7) e 10% não soube responder (Ivo 5;6).

TABELA 10 – ONDE A CRIANÇA E O LOJISTA COMPRAM O LÁPIS?

Sujeito Idade	Criança	Lojista compra o lápis?		
	Loja/banca/ mercado	Não sabe	Em outra loja	Fábrica
Ivo 5;6	X	X		
Vini 6;2	X		X	
Jane 7;11	X		X	
Digo 8;3	X		X	
Lia 9;6	X			X
Tom 10;11	X			X
Duda 11;1	X			X
Zé 12;11	X		X	
Rafa 13;1	X		X	
Beto 14;7	X			X
Total	100%	10%	50%	40%
			100%	

Segue abaixo extrato de protocolo onde: a) o sujeito não sabe onde o lojista compra; b) o lojista busca em outra loja; c) busca na fábrica.

- a) **Ivo 5;6** - Se você vai no Adriano comprar e não tem mais, o que você acha que ele faz? *Não sei o que ele faz. Vou em outro lugar comprar.* E se lá acabou também? O que você faz? *Pegam mais lápis.* Onde eles pegam mais? *Eles vão de carro?*
- b) **Rafa 13;1** - E quando acabam os lápis na banca, o que você acha que eles fazem? *Eles compram mais.* Aonde? *Outra banca igual.*
- Digo 8;3** - Você vai lá no mercado comprar lápis, e não tem mais, o que você acha que o mercado faz? *Compra mais, daí vende.* E onde você acha que ele compra mais? *No outro mercado.*
- c) **Tom 10;11** - E se você foi lá e acabou, o que você acha que o dono vai fazer? *Vai na fábrica.*
- Duda 11;1** - Mas e daí, eles nunca mais vão ter lápis pra vender? *Eles buscam mais.* E onde eles buscam? *Na fábrica.*

Vemos na tabela a seguir que 10% confere o mesmo valor à compra e venda e afirma que o lojista ganha o valor total da venda (Ivo 5;6). Também verificamos que 20% dos sujeitos indicam o valor de custo superior ao de venda, embora um não saiba justificar se o lojista ganha dinheiro nem quanto ganha (Vini 6;2). Outro sujeito afirma que tem ganhado dinheiro e que este é o valor integral da venda (Tom 10;11). Os demais, 70% dos sujeitos, atribuíram um valor de custo inferior ao de venda, afirmaram que o lojista ganha a diferença entre os preços de compra e venda, destes, 20% não soube dizer quanto ganhavam (Jane 7;11 e Lia 9;6). Os restantes deram respostas adequadas, isto é, o preço de custo inferior ao de venda (Digo 8,3, Duda 11;1, Zé 12;11, Rafa 13;1, Beto 14;7). Esta compreensão, da diferença entre o preço de compra e venda, é fundamental para a compreensão do lucro (DELVAL, 1994).

Estes dados revelam que “quanto mais nos afastamos da situação de venda realizada por ela e lhe perguntamos sobre o preço do produto nesta transação distante, mais ela tem dificuldade em entender que o preço necessariamente tem que ser maior para a venda do que para a compra”. (STOLTZ, 2006, p. 3)

TABELA 11 – QUANTO CUSTA E POR QUANTO O LOJISTA VENDE CADA LÁPIS?

Sujeito Idade	Diferença de preço		Ganha dinheiro?	Quanto ganha?
	Custo	Vende		
Ivo 5;6	3,00	3,00	Sim	3,00
Vini 6;2	1,00	0,25	Não sabe	Não sabe
Jane 7;11	0,20	0,50	Sim.	Não sabe
Digo 8;3	0,25	0,50	Sim.	0,25
Lia 9;6	0,10	0,30	Sim	Não sabe
Tom 10;11	0,50	0,20	Sim	0,20
Duda 11;1	0,40	0,60	Sim	0,20
Zé 12;11	0,15	0,35	Sim	0,20
Rafa 13;1	0,10	0,30	Sim	0,20
Beto 14;7	0,05	0,20	Sim	0,15

A Tabela 12 nos revela que 10 % dos sujeitos não sabe se é possível ao lojista aumentar o preço de sua mercadoria (Vini 6;2), 10% acha que não pode subir o preço porque ficará caro e as pessoas não irão comprar (Jane 7;11). 30% acha que é melhor deixar o mesmo valor (Ivo 5;6, Tom 10;11 e Duda 11;1). 50 % dos sujeitos afirmam que podem vender por mais para ganharem mais dinheiro (Digo 8;3, Lia 9;6, Zé 12;11, Rafa 13;1 e Beto 14;7). Possivelmente, estes sujeitos, pelo conhecimento adquirido com sua atividade prática, onde o fundamental é ganhar dinheiro para seu sustento, conseguem transferir este conhecimento para a prática do lojista.

TABELA 12 – O LOJISTA PODE MUDAR O VALOR DO PRODUTO PARA MAIS? POR QUÊ?

Sujeito Idade	Sim	Não	Não sabe	Deixa o mesmo valor
	Para ganhar mais dinheiro	Fica caro e ninguém compra		
Ivo 5;6				X
Vini 6;2			X	
Jane 7;11		X		
Digo 8;3	X			
Lia 9;6	X			
Tom 10;11				X
Duda 11;1				X
Zé 12;11	X			
Rafa 13;1	X			
Beto 14;7	X			
Total	50%	10%	10%	30%
			100%	

Na seqüência, apresentamos extratos de protocolos: a) o sujeito que admite vender por mais; b) o sujeito afirma que não pode vender por mais e c) o sujeito que prefere que fique o mesmo preço.

a) **Lia 9;6** - Pode vender por mais? *Pode*. Por R\$ 0,40? *Pode*. Por quê? *Pra ganhar dindim pra ele*.

Rafa 13;1 - Pode vender por mais (o lojista vende por R\$ 0,30)? *Sim*. Por quê? *Pra ganhá mais*.

Beto 14;7 - Pode vender por mais (o lojista vende por R\$ 0,20)? *Por mais pode*. Por quê? *Porque da mesma forma, eles querem sair ganhando*

b) **Jane 7;11** - Pode vender por mais (o lojista vende por R\$ 0,50)? *Acho que não*. Por quê? *Porque fica caro, ninguém compra*.

c) **Ivo 5;6** - Pode vender por mais (o lojista vende por R\$ 3,00)? *Só por 3,00*. Por quê? *A mãe disse*.

Tom 10;11 - Pode vender por mais (o lojista vende por R\$ 0,20)? *Não*. Por quê? *Não pode porque é 0,20*.

Duda 11;1 - Pode vender por mais (o lojista vende por R\$ 0,60)? *Não, só por 0,60*. Por quê? *Porque senão eles saem perdendo*.

Na Tabela 13, do total da amostra, apenas 10% exprimiu que era melhor o lojista deixar o mesmo valor (Ivo 5;6). 20% afirmaram que poderiam vender por menos, mas não souberam justificar (Vini 6;2, Zé 12;11) e 10% disse que sim porque fica mais barato (Jane 7;11). Dos 60% que declararam que não poderiam vender por menos, a maioria disse que o lojista não ganharia nada (Digo 8;3, Lia 9;6, Duda 11;1, Beto 14;7), um que não daria lucro (Rafa 13;1). Notamos que este último foi o único que utilizou o termo lucro para justificar a sua resposta, e um apresentou resposta não-importista (Tom 10;11), isto é, falou qualquer coisa para que a entrevistadora não voltasse a incomodá-lo com uma questão que possivelmente não soubesse responder (PIAGET, 1926/2005). Estes sujeitos possivelmente transferiram para o lojista sua experiência prática voltada à aquisição de dinheiro, dessa forma, vender por menos implicaria em ganhar menos, o que não é interessante para eles, como vimos anteriormente em Othman, Stoltz (2003, 2004, 2005a, 2005b, 2006), Othman, Daroz, Stoltz (2004) Pieczarka, Stoltz (2005), Stoltz (2004, 2005a, 2005b, 2006).

TABELA 13 - O LOJISTA PODE MUDAR O VALOR DO PRODUTO PARA MENOS? POR QUÊ?

Sujeito Idade	Sim		Não			Deixa o mesmo valor
	Não sabe	Fica mais barato	Não ganha Nada	Resposta Não-importista	Não dá lucro.	
Ivo 5;6						X
Vini 6;2	X					
Jane 7;11		X				
Digo 8;3			X			
Lia 9;6			X			
Tom 10;11				X		
Duda 11;1			X			
Zé 12;11	X					
Rafa 13;1					X	
Beto 14;7			X			
	20%	10%	40%	10%	10%	10%
		30%		60%		10%
Total				100%		

Podemos observar, abaixo, nos extratos de protocolos: a) o sujeito que admite vender por menos; b) o sujeito afirma que não pode vender por menos e c) o sujeito que deu uma resposta não-importista.

a) **Zé 12;11** - O lojista pode vender por menos (o lojista vende por R\$ 0,35)? *Pode*. Por quê? *Porque sim*. Me explique assim na sua cabeça. *Não sei*.

Jane 7;11 - Eles poderiam vender por R\$ 0,20 pra você? *Podia*. Por que você acha? *Porque é mais barato*.

b) **Rafa 13;1** - O lojista pode vender por menos (o lojista vende por R\$ 0,30)? *Não*. Por quê? *Porque não dá lucro*. O que é lucro? *Ganhar dinheiro a mais, ué. Ele compra a R\$ 0,10, e deve vender por mais ué*.

c) **Tom 10;11** - Liga pra doceria, e quanto você acha que custa um lápis lá? *Lá na doceria? Cada um? É. Cada um... na doceria... lá... é R\$ 0,20 também*. R\$ 0,20 também? E ele pode vender por R\$ 0,20 pra você? *Não*. Por que não pode? Diz pra mim assim na sua cabeça o que você acha? *É, ta escrito assim: não pode vender por R\$ 0,20*.

Ao observar a Tabela 14 podemos verificar que do total dos sujeitos vendedores, 30% afirma que é melhor deixar o mesmo valor, justificando que este é um preço fixo (Ivo 5;6, Jane 7;11, Tom 10;11). Esta é outra dificuldade: a do tipo sócio moral, apontada por Delval e Echeíta (1991), que determina que a mercadoria tem preço fixo, como se este fosse um atributo do objeto como o tamanho, a cor, entre outros. Apenas 10% dos entrevistados não sabe responder se o lojista (Vini 6;2). Dos 60% restante da amostra que afirma que é melhor mudar para mais, a maioria destes disse que era para ganhar mais (Digo 8;3, Lia 9;6, Zé 12;11, Rafa

13;1), um que era para não perder (Duda 11;1) e outro disse que era para o lojista lucrar (Beto 14;7). Observamos que dos 60% dos sujeitos que concordam com o aumento do preço, apenas 10% usou o termo correto para este fato. A partir de Vergnaud (1982) vemos que um conceito tem, em si, muitas propriedades que variam de acordo com as situações e que são compreendidas no decorrer da aprendizagem do sujeito.

Nas explicações apresentadas pelos sujeitos mais velhos, está presente a idéia de que o importante é ganhar mais dinheiro, demonstrando uma compreensão mais objetiva da importância de vender por um valor maior que o de compra, fator importante e que caracteriza uma possível compreensão da noção de lucro (DELVAL, 1994).

TABELA 14 - É MELHOR O LOJISTA MUDAR O VALOR PARA MAIS, PARA MENOS OU DEIXAR O MESMO VALOR? POR QUÊ?

Sujeito Idade	Mais			Não sabe	Deixa o mesmo valor
	Para ganhar mais	Para não Perder	Ele quer lucrar		Preço fixo
Ivo 5;6					X
Vini 6;2				X	
Jane 7;11					X
Digo 8;3	X				
Lia 9;6	X				
Tom 10;11					X
Duda 11;1		X			
Zé 12;11	X				
Rafa 13;1	X				
Beto 14;7			X		
	40%	10%		10%	30%
		60%		10%	30%
Total			100%		

Na seqüência, apresentamos extratos de protocolos: a) o sujeito que acha melhor vender por mais; b) o sujeito que prefere que fique o mesmo preço; c) o que não sabe o que é melhor.

a) **Beto 14;7** - É melhor vender por menos, mais ou deixar como ta? *Mais caro.* Por quê? *Ele quer lucrar.*

Duda 11;1 - É melhor pra eles vender por mais ou por menos ou pelo mesmo preço? *Por mais.* Por quê? *Pra não perder.*

b) **Jane 7;11** - É melhor vender por menos, mais ou deixar como ta? *Pelo que ta.* Por quê? *Porque vende.*

Tom 10;11 - É melhor vender por mais, menos ou fica como ta? *Igual*. Por quê? *Porque é igual*.

c) Vini 6;2 - Você acha que é melhor vender por mais, menos ou pelo mesmo preço? *Não sei*. Pensa um pouquinho. *Não sei*.

Realizamos com todos os sujeitos da amostra a contra-sugestão para verificar a consistência, a coerência e a contradição nas respostas dos sujeitos (PIAGET, 1926/2005; DELVAL, 2002), e se eles vivenciam o conflito cognitivo e buscam sua superação. Como expressa Stoltz “todo avanço no conhecimento requer o conflito cognitivo” (STOLTZ, 2005, p. 151). A contra-sugestão variou de acordo com a resposta de cada sujeito. Em alguns casos, quando sentimos necessidade, fizemos mais de uma contra-sugestão.

Na Tabela 15 verificamos que 30% dos sujeitos, mesmo com a contra-sugestão, evidenciaram a não compreensão da noção de lucro não sabendo justificar sua resposta (Ivo 5;6, Vini 6;2, Jane 7;11). A contra-sugestão não provocou nenhum tipo de conflito, eles não perceberam a contradição no que disseram. 30% dos sujeitos mantiveram constância na sua opinião, eles perceberam que a questão apresentada estava errada, discordaram e justificaram satisfatoriamente (Lia 9;6, Rafa 13;1, Beto 14;7). Os 40% restantes revelaram que não tinham certeza de sua resposta, às vezes concordaram com a questão que estava equivocada, em outros momentos concordaram com a questão correta, mas não souberam explicar porquê acharam corretas, enfim variavam suas justificativas, demonstrando que estavam numa fase de transição. (Digo 8;3, Tom 10;11, Duda 11;1, Zé 12;11).

TABELA 15 – COMO A CRIANÇA E O ADOLESCENTE VENDEDORES REAGEM À CONTRA-SUGESTÃO

Idade Sujeito	Pergunta errada								Pergunta correta			
	Concorda				Discorda				Concorda			
	NSJ	JE	JC	JT	NSJ	JE	JC	JA	NSJ	JE	JC	JT
Ivo 5;6	X											
Vini 6;2	X											
Jane 7;11	X											
Digo 8;3				X			X	X				
Lia 9;6							X					
Tom 10;11						X						X
Duda 11;1				X			X		X			
Zé 12;11				X	X		X					
Rafa 13;1							X					
Beto 14;7							X					

NOTAS: NSJ = não sabe justificar; JE = justificativa errada; JC = justificativa correta; JA = justificativa de transição.

Ivo 5;6 - Esses dias eu tava conversando com um piazinho e ele disse se compra por R\$ 3,00 e vende por R\$ 3,00 não ganha dinheiro. Ele tá certo ou errado? *Tá certo*. Mas você falou pra mim que o Adriano compra por R\$ 3,00 e vende por R\$ 3,00 e ganha dinheiro? *Não sei*. Mais o que você pensa assim na sua cabeça? *Não sei*.

Digo 8;3 - Um menino falou que quando acabava no mercado ele ia no outro mercado, pagava R\$ 0,10 e vendia por R\$ 0,05, e mesmo assim ganhava dinheiro, ele tá certo? *Não*. Por que? *Não. É... porque ele comprou por R\$ 0,05 a mais e vende por menos*. Por quê? *R\$ 0,10 é mais que R\$ 0,05, daí não ganha*. Outro dia um garoto disse que se o dono do mercado comprar o lápis por 0,20, poderia vender por 0,15 e mesmo assim ganharia dinheiro. Ele tá certo? *Não*. Por quê? *Não ganha*. Se ele comprar por 0,20 e vender por 0,15, ele não ganha dinheiro? *Não..., ele ganha R\$ 0,15, mais não ganha nada*. Ele pode comprar por R\$ 0,20 e vender por R\$ 0,15, e ele ganha dinheiro com isso? *Ganha*. Se você compra o seu chiclete por R\$ 0,05 e vende por R\$ 0,04 você ganha dinheiro? *Ganho R\$ 0,04*. E daí pra você compra outros chicletes, como você vai comprar? *Vou dá dinheiro. Do dinheirinho pra interá*. De onde você vai tirar esse dinheirinho pra interar? *Eu guardo dinheiro*. Mas pode fazer assim? *Pode*. Você não vai sair perdendo? *Não*. O que você acha? *Não sei*. Pensa um pouquinho, assim na sua cabeça. *Não sei, não sei*. Um menino disse pra mim outro dia que um cara do mercado pagou R\$ 0,30 de lápis e vende por R\$ 0,30 e ganha dinheiro, você acha que ele ganha dinheiro? *Ganha R\$ 0,30*. Se ele compra por 0,30 e vende por 0,15 ele ganha dinheiro? *Ganha*. Quanto? *R\$ 0,15*.

Tom 10;11 - Um menino falou que se na doceria ele pagou R\$ 3,00 não pode vender por menos de R\$ 3,00 senão perderia dinheiro. Ele tá certo ou tá errado? *Tá certo*. Porque ele tá certo? *Porque senão ele vai perder dinheiro*. Mas você falou pra mim que é melhor ele vender por R\$ 2,50. *É melhor vender por R\$ 2,50*. Por quê? *Porque é mais melhor, porque daí eles encontram...*

Tom 10;11 - Um menino falou que se o dono da banquinha pagasse R\$ 0,10 no lápis, poderia vender por R\$ 0,05 que ganharia R\$ 0,05. Ele tá certo? *Não*. Por quê? *Tá errado, porque R\$ 0,05 um lápis não vale*. Não vale? Se ele comprar por R\$ 0,10 e vender pra você por R\$ 0,10 ele ganha R\$ 0,10? O menino tá certo ou tá errado? *(Silêncio)*. *Compro por R\$ 0,10?* É, e vendeu por R\$ 0,10 e o menino disse que homem ganhou R\$ 0,10 quando ele fez isso. *Tá bom*. Por que ele tá bom? *Porque ele pagou R\$ 0,10 e vendeu por R\$ 0,10*. Ele ganhou R\$ 0,10 com isso? *Não*. Então o menino tá errado. *Tá certo*. Mas tá certo ou tá errado? Diz assim. *Tá certo*. Então ele ganhou R\$ 0,10? Então você foi lá e pagou R\$ 0,50 cada um desses e vender por 0,50 você vai ganhar R\$ 0,50? *É*. É assim que funciona? *Uhum. (balança a cabeça afirmativamente)* Você compra por R\$ 0,50 e vende por R\$ 0,50, você ganha alguma coisa? *Ganho R\$ 0,50*. Você acha que é melhor vender por mais ou por menos de R\$ 0,50? *Por mais*. Por que por mais? *Porque sim, não sei*.

Rafa 13;1 - E se lá no vendedor acabou, o que o vendedor faz? *Não sei*. Dá pra comprar em outro lugar? *Dá pra comprar numa banquinha... No outro homem*. E será que eles também precisam pagar? *Uhum*. E lá ainda onde os outros compram, quanto você acha que eles pagam? *Como assim*. Eles já pagaram R\$ 0,10, e vão comprar no outro lugar, quanto eles pagam? *Acho... Que eles emprestam a caixinha, depois eles devolvem a caixinha*. Mas quando ele vai devolver ele vai comprar aonde a caixinha? *Vai dá em dinheiro*. Um menino falou que quando acabava lá naquele lugar eles compravam numa fábrica. Você acha que dá pra comprar bala numa fábrica? *Não dá*. Ele disse que pagavam lá R\$ 0,03 na bala, ele tava certo? *Tá certo*. Mas dá pra comprar na fábrica? *Dá, mas é muito difícil*. Por quê? *Porque é muito longe, daí fica difícil*.

Beto 14; 7 - Um menino disse que a mãe dele dá os pacotinhos por R\$ 1,00 e que ele pode vender por R\$ 0,70 que mesmo assim ganha dinheiro. Ele tá certo? *Tá errado*. Por que será? *Porque ele não tem lucro pra ele*. O que é lucro que você tá falando? *Lucro é quando você... Vende alguma coisa... É R\$ 1,00 e vai lá e vende por R\$ 2,00, daí você ganha R\$ 1,00*.

Beto 14; 7 - O menino me disse que o dono da papelaria comprasse o lápis por R\$ 0,20 ele poderia vender por R\$ 0,15 e que mesmo assim ganharia dinheiro. Você acha que ele ta certo ou não? *Ele ta errado.* Por quê? *Porque ele vai sair perdendo.* Mas se ele vender dez lápis. *Mas se ele comprou por R\$ 0,20 e vender por R\$ 0,15, mesmo vendendo dez lápis ele não vai conseguir repor.*

Ao examinar os extratos de protocolos verificamos que os sujeitos menores não percebem o conflito, e quando o percebem, num primeiro momento modificam sua resposta, mas logo em seguida retrocedem. Assim “o colocar-se um problema indica que a vigência de um conflito cognitivo, condição para a sua possível superação. Se temos a informação de forma mecânica, a utilizamos a partir do estímulo, exatamente à medida que foi mecanicamente apropriada. A compreensão é algo bem diferente e, sendo necessariamente construída pelo sujeito, requer sempre primeiro o acionamento da assimilação para, na seqüência, este poder ajustar-se ao objeto.” (STOLTZ, 2005, p. 154)

O que observamos de forma geral no Bloco II é que, em algumas categorias, houve uma pequena ampliação das justificativas, fato que possivelmente revela que o sujeito reconhece uma certa autonomia do lojista em modificar o preço de seu produto, maior do que a dele mesmo. Verificamos que, em vários momentos, os sujeitos transferiram de forma automática suas experiências com a venda para justificar a ação do lojista. Percebemos também um pequeno avanço na superação do egocentrismo, visto que quando falaram do lojista precisaram colocar-se no ponto de vista do outro. Interessante notar que eles têm maior compreensão da fábrica em relação ao produto ausente. Este dado já foi observado em Pieczarka e Stoltz (2005). Devemos levar em consideração que o Bloco II retoma as questões do Bloco I, colocando pela segunda vez o mesmo problema. O que incita o sujeito novamente à sua reflexão. Outro ponto é que o objeto presente às vezes pode ser um obstáculo, como vemos em Kamii (1997), porque o sujeito pode ficar limitado a este objeto, não realizando a abstração necessária à compreensão para além do objeto.

Em relação às crianças vendedoras apenas 30% usa o termo lucro (Lia 9;6, Rafa 13;1 e Beto 14;7).

Lia 9;6 - Você falou antes que tinha que vender pra ganhar lucro. O que é lucro? *É ganhar mais* Ganhar mais, como assim? *Ganha R\$ 1,00 assim, pra comprar mais alimento, pra comprar mais roupa, estas coisas.*

Rafa 13;1 - O que é lucro? *Ganhar dinheirinho a mais, ué. Ele compra a R\$ 0,10, e deve vender por mais ué.*

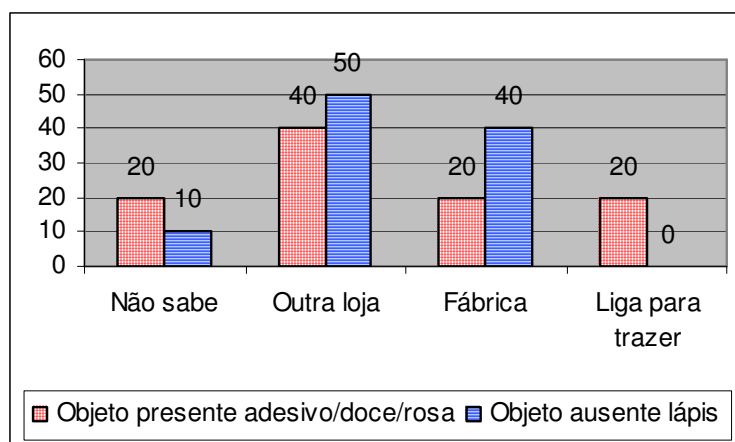
Beto 14;7 - O que é lucro que você tá falando? *Lucro é quando você... Vende alguma coisa... É R\$ 1,00 e vai lá e vende por R\$ 2,00, daí você ganha R\$ 1,00.*

Esta fala revela que o sujeito utiliza-se de exemplos para definir um conceito. Reflete, justamente, características típicas de pré-conceitos. O sujeito quando não tem definido o conceito, utiliza-se de exemplos para tentar explicar o que deseja (PIAGET, 1946/1975). Encontramos em Vergnaud (1982) posições semelhantes ao uso quando se refere a conceitos práticos.

6.1.3 Comparação entre o Bloco I e Bloco II

Este tópico apresenta uma análise comparativa entre as informações obtidas com o objeto presente (adesivo/doce/rosa) e o objeto ausente (lápis).

GRÁFICO 1 – PROCEDÊNCIA DA MERCADORIA

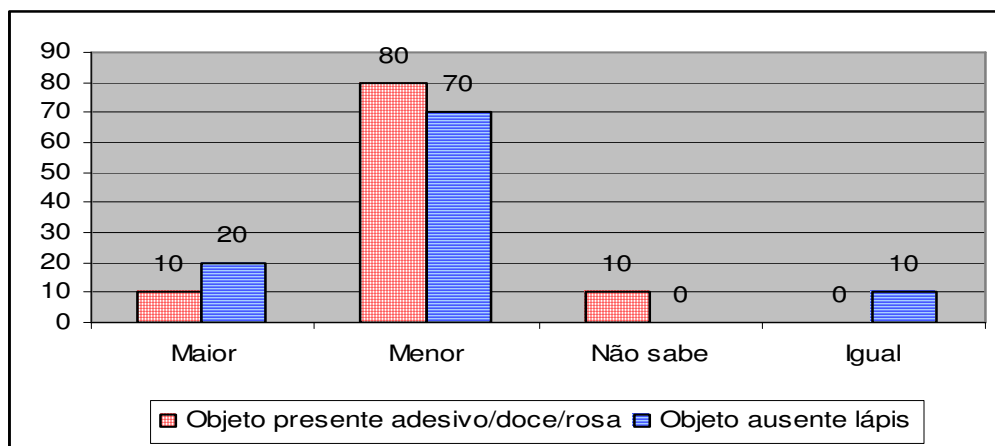


Percebemos no Gráfico 1 que, em relação à reposição de mercadorias, os sujeitos vendedores referindo-se ao objeto presente (adesivo/doce/rosa): 20% não sabe onde o lojista pode conseguir mais produto. 40% dos sujeitos afirmam que pode ser conseguido em outra loja. A fábrica é referida por 20% deles e 20% declara que pode ligar para conseguir mais mercadoria.

Quanto ao objeto ausente (lápis): 10% não sabe aonde conseguir, 50% afirma que é numa loja e 40% diz que é possível conseguir direto na fábrica. Este é

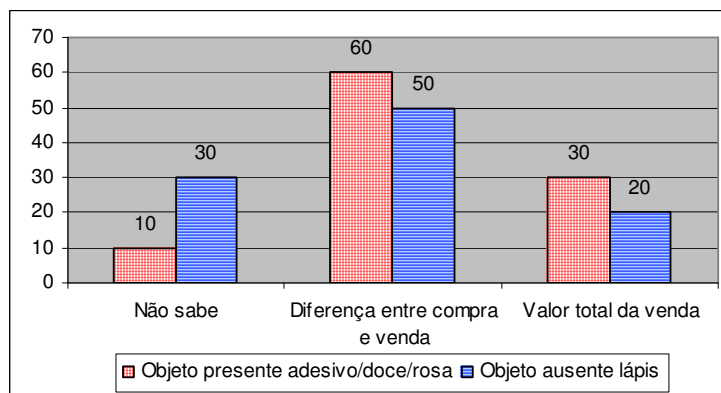
um dado interessante, visto que conseguem perceber melhor a necessidade da fábrica com o objeto ausente (lápis) do que com o presente (adesivo/doce/rosa). Verificamos que eles não percebem a figura do distribuidor e falam direto do fabricante. Segundo Delval e Echeíta (1991) isto indica uma desconexão do processo de venda e fabricação. Interessante o fato de alguns falarem que o lojista pode telefonar para conseguir mais produto. Este dado também foi encontrado na Espanha e revela que estes sabem que vem de algum lugar, mas não sabem indicar de onde.

GRÁFICO 2 – PREÇO DE COMPRA EM RELAÇÃO AO DE VENDA



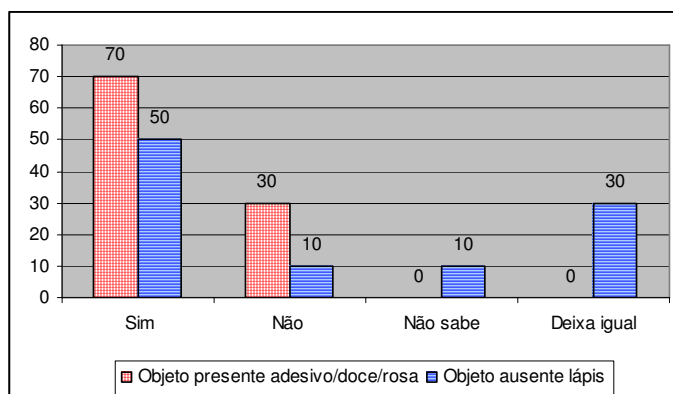
Notamos aqui, no Gráfico 2, que há pouca diferença nas respostas quanto ao objeto ausente (lápis) e presente (adesivo/doce/rosa) em relação ao valor de compra e venda. A grande maioria dos sujeitos, tanto no objeto presente quanto ausente, afirmam que o preço de compra deve ser menor que o de venda. Estes dados dão indicativos de que estes sujeitos, pelo trabalho que realizam, pelo tempo que estão nas ruas vendendo e com a orientação do adulto para o qual trabalham, conseguem generalizar que se deve comprar por menos e vender por mais, confirmando o estudo de Delval, Díaz-Barriga, Hinojosa, e Daza (2006), Othman, Stoltz (2003, 2004, 2005a, 2005b, 2006), Othman, Daroz, Stoltz (2004) Pieczarka, Stoltz (2005) e Stoltz (2004, 2005a, 2005b, 2006).

GRÁFICO 3 – QUANTO A CRIANÇA E O LOJISTA GANHAM



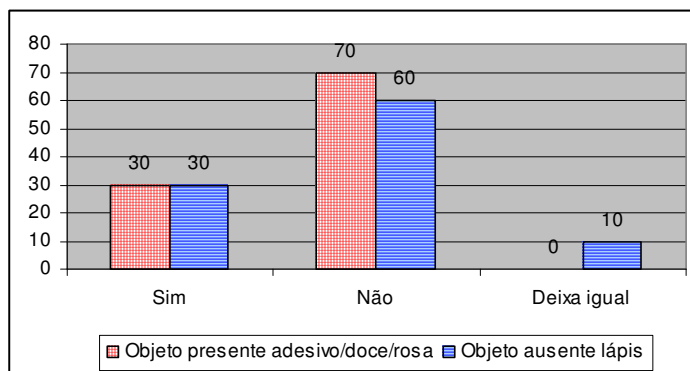
Neste Gráfico 3 podemos ver mais claramente que, com o produto presente, (adesivo/doce/rosa), 60% dos sujeitos afirmam que ganham a diferença entre o preço de compra e o de venda, 10% não sabe quanto ganha e 20% pensa que ganha o valor total da venda. Uma possível explicação para o fato de atribuírem o preço de compra inferior ao de venda, pode ser devido à prática cotidiana de venda (DELVAL, DÍAZ-BARRIGA, HINOJOSA, DAZA, 2006; OTHMAN, STOLTZ, 2003, 2004, 2005a, 2005b, 2006; OTHMAN, DAROZ, STOLTZ, 2004; PIECZARKA, STOLTZ, 2005; STOLTZ, 2004, 2005a, 2005b, 2006). Mas embora dêem respostas corretas, este fato nem sempre indica uma compreensão da noção de lucro, pois como vimos em alguns extratos de protocolos, muitas das justificativas dadas são equivocadas. Quanto ao produto ausente (lápis) percebemos que 50% dos sujeitos apontam para a diferença entre o valor de compra e venda, 30% para o valor total da venda, 20% não sabe quanto ganha.

GRÁFICO 4 – PODEM MUDAR O VALOR PARA MAIS?



Vemos aqui no Gráfico 4 que para o produto presente (adesivo/doce/rosa), há apenas duas respostas: sim e não e, esta última, chega a ser expressa em 70% dos sujeitos. Quando a questão volta-se para o produto ausente (lápis) percebemos que há uma maior variação de respostas, fato que possivelmente indica que ao afastar-se de sua experiência coercitiva, os sujeitos têm a possibilidade de pensar em novas situações (PIAGET, 1932/1977). É importante lembrar, no entanto, que, como vimos nos extratos dos protocolos, embora alguns afirmem que não podem aumentar, às vezes expressam que, se aumentar não vende e as pessoas vão comprar em outro lugar, o que evidencia a regra 7 proposta por Delval (2002) “*Regra de Mercado*”, já citado neste trabalho (p. 60).

GRÁFICO 5 – PODEM MUDAR O VALOR PARA MENOS?

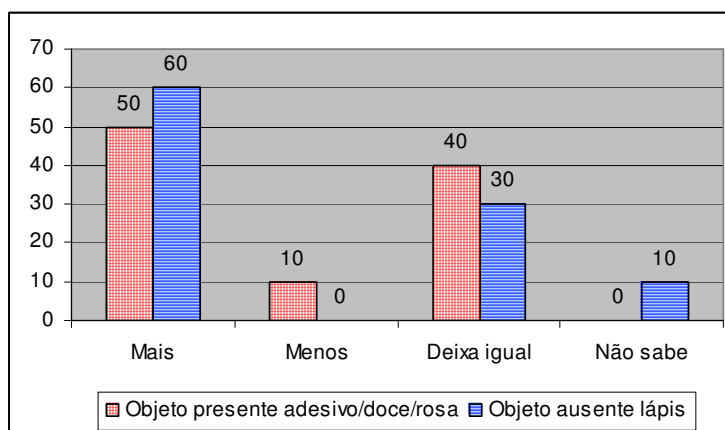


Neste Gráfico 5 observamos que, em relação ao produto presente (adesivo/doce/rosa), 70% dos sujeitos afirmam que não podem mudar o valor do produto para menos, 30% diz que pode. Este dado possivelmente indica que está muito evidente para os sujeitos vendedores que se deve sempre vender por mais, devido a sua prática com a venda e a orientação de levar dinheiro para casa. Já em relação ao produto ausente (lápis), 10% diz que é para deixar o mesmo valor, 30% que pode diminuir e 60% que não pode vender por menos. Este dado confirma o que foi visto em Othman, Stoltz (2003, 2004, 2005a, 2005b, 2006), Othman, Daroz, Stoltz (2004) Pieczarka, Stoltz (2005), Stoltz (2004, 2005a, 2005b, 2006).

É fácil observar que, em relação a esta questão, há pouca diferença entre as respostas relativa ao objeto ausente (lápis) e do presente (adesivo/doce/rosa), o

que provavelmente indica que conseguem fazer uma correlação entre a sua ação e a do lojista.

GRÁFICO 6 – É MELHOR MUDAR PARA:



Verificamos no Gráfico 6 que em relação ao produto que vende (adesivo/doce/rosa), 50% acredita que é melhor vender por mais, 40% acha que é melhor ficar como está e 10% diz que pode diminuir. Possivelmente isto se explica devido à autoridade do adulto em relação ao produto presente, pois os sujeitos têm um valor estabelecido para levarem para casa no final do dia. Comparando com o produto ausente (lápis), vemos que 60% afirma que é melhor aumentar o valor, para 30% dos sujeitos é melhor deixar o mesmo valor e 10% não sabe o que é melhor o lojista fazer. Interessante é notar que a porcentagem de sujeitos que admitem que é melhor aumentar o valor do produto ausente (lápis) é maior do que a do valor do produto presente (adesivo/doce/rosa). Também nenhum sujeito acha que é melhor diminuir o valor do produto ausente (lápis). Este fato ainda não tinha sido observado. Retomamos as observações realizadas na página 21, sobre o melhor desempenho em relação ao objeto ausente do que o presente.

6.2 CRIANÇAS NÃO VENDEDORAS

6.2.1 Bloco III - Questões sobre o produto que vendem (borracha)

Na Tabela 16 podemos verificar que 60% dos sujeitos refere-se à outra loja como fonte de mercadoria (Bia 5;6, Lara 6;2, Dudu 8;6, Sol 9;3, Lipi 11;0, Luca 12;0),

10% fala da distribuidora (Guto 14;9) e 30% em fábrica (Juca 7;3, Davi 10;1, Ana 13;6). Os sujeitos têm dificuldade de ver o distribuidor como fornecedor direto. Ao indicarem outra loja para conseguirem mais mercadorias, vemos que há uma desconexão entre o processo de fabricação, distribuição e venda. Em relação ao lojista, percebemos que 60% dos sujeitos reconhecem a existência da fábrica (Lara 6;2, Juca 7;3, Davi 10;1, Lipi 11;0, Luca 12;0, Ana 13;6), 30% ainda fixa-se na outra loja (Bia 5;6, Dudu 8;6, Sol 9;3) e 10% falam em distribuidora. É interessante observar que eles vão direto da loja para a fábrica, sem passar pelo distribuidor e que têm a compreensão da existência da fábrica bem superior à dos sujeitos vendedores. Observamos, assim, que a questão da reposição de mercadoria é difícil, como já havia sido relatado por Delval e Echeíta (1991).

TABELA 16 – ONDE A CRIANÇA E O LOJISTA COMPRAM A BORRACHA?

Sujeito Idade	Onde a criança compra			Onde o lojista compra		
	Outra loja	Distribuidora	Fábrica	Outra Loja	Fábrica	Distribuidora
Bia 5;6	X			X		
Lara 6;2	X				X	
Juca 7;3			X		X	
Dudu 8;6	X			X		
Sol 9;3	X			X		
Davi 10;1			X		X	
Lipi 11;0	X				X	
Luca 12;0	X				X	
Ana 13;6			X		X	
Guto 14;9		X				x
Total	60%	10%	30%	30%	60%	10%
		100%			100%	

Na primeira seqüência apresentamos extratos de protocolos: a) o sujeito que fala da loja; b) o sujeito que fala da distribuidora e; c) o sujeito que se refere a fábrica.

a) **Lara 6;2** - Onde você pode conseguir mais borrachinha? *(pensa um pouco) Vou até a cidade comprar.* Mas onde pode comprar? *Noutra loja.*

Bia 5;6 - E se lá naquela loja, você chegou e não tem mais borracha. Onde será que ele vai conseguir mais borracha? *Acho que na outra loja.*

b) **Guto 14;9** - Onde você pode conseguir mais borracha? *Eu vou comprar direto da distribuidora.*

- c) **Ana 13;6** - Onde você pode conseguir mais borracha? *Eu vou comprar numa indústria, num lugar onde eles fazem, aí eu posso comprar mais barato.*

Davi 10;1 - E mais mercadoria você pode conseguir mais? *Posso.* E onde você pode comprar mais? *Na fábrica.*

É interessante mostrar as falas dos sujeitos em relação aonde o lojista pode conseguir mais produto quando acaba no fornecedor: a) outra loja; b) da fábrica.

- a) **Sol 9;3** - Lá onde você compra, onde você acha que eles conseguem o produto? *Com certeza eles vão comprá mais numa outra loja.*

Dudu 8;6 - E você chegou lá no mercado comprar mais borrachas e não tem mais. Onde você acha que eles podem conseguir mais borrachas? *Eu vou em outra loja.*

- b) **Luca 12;0** - Lá onde você compra, onde você acha que eles conseguem o produto? *Acho que nas fábricas. Tipo de florestas, isto é, extraído de seringueiras que daí produzem... Das fábricas.*

Lipi 11;0 - E acabou aqui na sua loja e você foi lá comprar e não tem mais. Onde você acha que eles conseguem? *Na fábrica.*

Nessas respostas é possível perceber que os sujeitos sem compreensão e intermediários ainda se fixam no aspecto mais presente e não conseguem ir para além do aspecto concreto. Os maiores começam a considerar a seqüência própria do comércio, isto é, passam a considerar o distribuidor e o fabricante, indicando o início de uma visão de processo, como vemos em Delval (2002). Este fato verificamos apenas nos sujeitos que se encontram no período formal.

Constatamos na Tabela 17 que 50% dos sujeitos atribuem um preço de custo superior ao de venda (Bia 5;6, Juca 7;3, Dudu 8;6, Sol 9;3, Davi 10;1) e todos afirmam que ganham dinheiro dessa forma. Destes, a maioria não sabe quanto ganha (Bia 5;6, Dudu 8;6, Davi 10;1) e o restante dá o valor total da venda (Juca 7;3, Sol 9;3). 10% (Lipi 11;0) deu o mesmo valor de compra e venda, e afirmou que ganhou dinheiro, sendo este valor o total da venda. 40% deu o valor de compra inferior ao de venda (Lara 6;2, Luca 12;0, Ana 13;6, Guto 14;9) e afirmou que ganhou a diferença entre o preço de compra e venda. Somente 10% não soube determinar quanto ganha (Lara 6;2).

TABELA 17 – QUANTO CUSTA E POR QUANTO VENDE CADA UNIDADE?

Sujeito Idade	Diferença de preço		Ganha dinheiro?	Quanto ganha?
	Custo	Vende		
Bia 5;6	5,00	1,00	Sim	Não sabe
Lara 6;2	0,40	0,50	Sim	Não sabe
Juca 7;3	2,00	1,00	Sim	1,00
Dudu 8;6	3,00	1,00	Sim	Não sabe
Sol 9;3	Mais de 0,50	0,50	Sim	0,50
Davi 10;1	0,50	0,20	Sim	Não sabe
Lipi 11;0	0,30	0,30	Sim	0,30
Luca 12;0	0,50	0,70	Sim	0,20
Ana 13;6	0,25	0,50	Sim	0,25
Guto 14;9	0,15	0,30	Sim	0,15

Esses dados demonstram que neste grupo as crianças menores têm dificuldade de compreender a idéia de que o preço de custo necessariamente deve ser menor que o de venda e que devem ganhar a diferença entre o custo e a venda do produto. Apenas nas explicações de alguns sujeitos mais velhos, observamos que conseguem estabelecer mais objetivamente a distinção entre a diferença do preço de compra e o de venda, demonstrando que sabem que se deve comprar por menos e vender por mais, considerando esta prática como um processo inerente à venda.

Provavelmente, uma explicação para atribuírem o preço de compra superior ao de venda pode ser devido a pouca experiência que eles têm com a venda e também pela dificuldade do tipo cognitivo apontada por Delval (1994). A maior parte dos sujeitos não vendedores deram respostas incorretas, evidenciando a complexidade da compreensão deste conceito. Estes dados são semelhantes aos encontrados por Delval e Echeíta (1991) na Espanha.

Os dados registrados na Tabela 18 evidenciam que dos 60% dos sujeitos que afirmam que é possível aumentar o valor, uma parte apenas diz que pode “porque sim” (Lara 6;2, Ana 13;6). Há o que afirma que é para ter lucro (Davi 10;1) e o restante pela qualidade do produto (Dudu 8;6, Sol 9;3 e Lipi 11;0). Dos 40% que negou o aumento, metade não soube justificar (Bia 5;6, Juca 7;3) e a outra parte explicou que ficaria caro e que as pessoas poderiam comprar em outro lugar. Este dado confirma a regra 7 “*Regra de Mercado*” de Delval (2002) como já citado neste trabalho (p. 60). As crianças não vendedoras em vários momentos justificaram sua resposta referindo-se à qualidade do produto como tamanho, utilidade, beleza, entre

outros e atribuem a alteração de preço a esta qualidade e não à ação de ganhar dinheiro. Vale destacar que nesta questão apenas um sujeito usou o termo lucro, embora como sinônimo de “dinheiro”, o que não indica que não possui a compreensão do significado do conceito de lucro.

TABELA 18 – A CRIANÇA PODE MUDAR O VALOR DO PRODUTO PARA MAIS? POR QUÊ?

Sujeito Idade	Sim			Não	
	Porque sim	Para ter lucro	Qualidade do produto	Não sabe	Fica caro e compram em outro lugar
Bia 5;6				X	
Lara 6;2	X				
Juca 7;3				X	
Dudu 8;6			X		
Sol 9;3			X		
Davi 10;1		X			
Lipi 11;0			X		
Luca 12;0					X
Ana 13;6	X				
Guto 14;9					X
	20%	10%	30%	20%	20%
		60%			40%
Total			100%		

Podemos observar, abaixo, nos extratos de protocolos: a) sujeito que concorda vender por mais; b) sujeito que não concorda com o aumento do preço.

a) **Dudu 8;6** - Pode vender por R\$ 2,00 (vende por 1,00)? *Posso, mas daí ela vai receber duas borrachas.*

Sol 9;3 - Pode vender por R\$ 1,00? (vende por 0,20) *Posso.* Por quê? *Eu posso porque eu acho que... Justo.* Por que é justo? *É que por exemplo: se fosse por 10,00 não seria justo pras pessoas que iam comprar. Porque uma borrachinha desse tamanho custar 1,00.*

Davi 10;1 - Pode vender por R\$ 0,50? (vende por 0,20) *Posso.* Por quê? *Pra mim receber lucro.*

Lipi 11;0 - Pode por R\$ 0,40 (vende por 0,30)? *(ele pensa) Mas eu teria que aumentar o preço do lápis.* Por quê? *Porque o lápis é mais útil.*

b) **Guto 14;9** - Pode vender por mais? Pode vender por R\$ 0,50 (vende a R\$ 0,30)? *Assim, tipo, menos pessoas vão comprar.*

Bia 5;6 - Pode vender por R\$ 1,50 (vende a R\$ 1,00)? *Não.* Por quê? *Não sei*

Luca 12;0 - Pode vender por mais (vende a R\$ 0,70)? *Não.* Por que você não pode vender por mais de R\$ 0,70? *Senão, os compradores não querem comprar, né? Daí fica muito caro, vão em outro lugar e compram.*

Na Tabela 19 notamos que do total da amostra, 70% afirmou que poderia diminuir o valor da mercadoria. Destes, a maioria não soube justificar (Bia 5;6, Lara 6;2, Juca 7;3, Lipi 11;0). Um sujeito disse que pela qualidade do produto (Sol 9;3), outros afirmaram que poderiam diminuir o valor do seu produto, mas não compensaria (Luca 12;0, Guto 14;9). Dos que disseram que não poderiam diminuir o preço, um comentou que ficaria barato (Davi 10;1), outro justificou-se apontando a qualidade do produto (Dudu 8;6) e outro, ainda, que não teria lucro (Guto 14;9). Este dado equipara-se com o obtido na Espanha (DELVAL E ECHEÍTA, 1991). Diferentemente de nós, adultos, que achamos tão contraditório vender por um preço menor do que foi pago, para os pequenos, este fato não gera nenhum conflito. Alguns pontos podem possivelmente explicar este fato: a falta de prática com a atividade de venda e a falta de elementos intelectuais.

TABELA 19 – A CRIANÇA PODE MUDAR O VALOR DO PRODUTO PARA MENOS? POR QUÊ?

Sujeito Idade	Sim			Não		
	Não sabe	Qualidade do produto	Pode, mas não compensa	Muito barato	Qualidade do produto	Não tem lucro
Bia 5;6	X					
Lara 6;2	X					
Juca 7;3	X					
Dudu 8;6					X	
Sol 9;3		X				
Davi 10;1				X		
Lipi 11;0	X					
Luca 12;0			X			
Ana 13;6			X			
Guto 14;9						X
	40%	10%	20%	10%	10%	10%
Total		70%			30%	
			100%			

A seguir, extratos de protocolos: a) criança que concorda e b) criança que não concorda com a diminuição do preço.

a) **Sol 9;3** - Pode vender por R\$ 0,05 (vende por R\$ 0,50)? *Por 0,05 eu acho que é pouco. Mas se fosse uma borrachinha pequenininha, eu acho que dava.*

Ana 13;6 - E por R\$ 0,40? R\$ 0,30 (vende por R\$ 0,70)? *Olha até pode assim, mas daí eu acho que não vale muita a pena.*

b) **Dudu 8;6** - Pode vender por menos? *Não.* Por quê? *Porque daí só ia dar meia borracha.*

Guto 14;9 - E por R\$ 0,15 (vende por 0,30)? *Não.* Por quê? *Porque além de não ter lucro, não vai ter dinheiro pra pagar o preço da borracha.*

Ao observar a Tabela 20 podemos verificar que 40% dos sujeitos afirmaram que seria melhor mudarem o preço para mais; destes, metade justifica dizendo que ganhariam lucro (Ana 13;6, Guto 14;9) e a outra para ganhar mais (Davi 10;1, Luca 12;0). Os primeiros parecem dominar o conceito, visto que também o utilizam corretamente em vários momentos da entrevista. Os segundos parecem ter uma pequena dificuldade de generalizar e conceituar a ação, embora um deles (Luca 12;0), em outros momentos, tenha usado o termo de forma adequada. Como vemos em Piaget (1974/1978a, p. 210) “a conceituação, o movimento de interiorização é marcado primeiramente por um processo geral da tomada de consciência da ação própria criança, portanto de interiorização das ações materiais por meio de representações semiotizadas.” 20% dos sujeitos afirmaram que era melhor diminuir o preço devido à baixa qualidade do produto (Sol 9;3, Lipi 11;0), o que evidencia a fixação em algo concreto e não uma reflexão sobre a função da venda que é obter lucro e 40% achou que era melhor deixar como estava (neste grupo estão as de menor idade). Possivelmente podem ter seguido a autoridade da pesquisadora, pois todos repetiram a última informação dada, e quando foram solicitados a justificar sua opinião, não souberam responder.

TABELA 20 – É MELHOR PARA O SUJEITO VENDER POR MAIS, POR MENOS OU FICAR IGUAL? POR QUÊ?

Sujeito Idade	Mais		Menos	Deixar como está
	Para ter lucro	Para ganhar mais	Qualidade baixa	Não sabe
Bia 5;6				X
Lara 6;2				X
Juca 7;3				X
Dudu 8;6				X
Sol 9;3			X	
Davi 10;1		X		
Lipi 11;0			X	
Luca 12;0		X		
Ana 13;6	X			
Guto 14;9	X			
	20%	20%	20%	40%
		40%	20%	40%
Total			100%	

Na seqüência apresentamos extratos de protocolos: a) o sujeito que admite vender por mais; b) o sujeito afirma que pode vender por menos e c) o sujeito que prefere que fique o mesmo preço.

a) **Davi 10;1** - É melhor vender por mais ou por menos ou ficar igual? *Acho que por mais.* Por quê? *Porque eu ganho mais daí.*

Luca 12;0 - É melhor vender por mais ou por menos ou ficar igual? *Por mais.* Por quê? *Porque é meu negócio e quero ganhar.*

Ana 13;6 - É melhor vender por mais ou por menos ou ficar igual? *Por mais.* Por quê? *Pra ter lucro.*

Guto 14;9 - É melhor vender por mais ou por menos ou ficar igual? *Por mais.* Por quê? *Pra tirar o lucro.*

b) **Sol 9;3** - É melhor vender por mais ou por menos ou ficar igual? *Menos.* Por quê? *Pelo tipinho da borracha.*

Lipi 11;0 - É melhor vender por mais ou por menos ou ficar igual? *Menos.* Por quê? *Porque usa menos que o lápis.*

c) **Bia 5;6** - É melhor vender por mais ou por menos ou ficar igual? *Igual.* Por quê? *Não sei.*

Lara 6;2 - É melhor vender por mais ou por menos ou ficar igual? *Uhum.* Tanto faz? *Uhum.*

Juca 7;3 - É melhor vender por mais ou por menos ou ficar igual? *Igual.* Por quê? *(olha e não responde)*

Dudu 8;6 - É melhor vender por mais ou por menos ou ficar igual? *Fica igual.* Por quê? *Porque eu acho que é assim.*

A partir da Tabela 21, as questões voltam-se ao lojista que fornece a mercadoria para as crianças. Como nos sujeitos vendedores elas forneceram um valor a um objeto ausente. Para tanto tiveram que se colocar na posição de um lojista, trabalhando seu egocentrismo intelectual.

Na Tabela 21 temos a possibilidade de constatar que 60% dos sujeitos atribuíram um preço de compra maior que o de venda e todos afirmaram que o lojista ganhava dessa forma (Bia 5;6, Lara 6;2, Juca 7;3, Dudu 8;6, Sol 9;3, Davi 10;1). Destes, uma parte deu valor aleatório para o ganho do lojista (Bia 5;6 – somou o preço de compra com o de venda), os outros deram o valor total de venda (Lara 6;2, Juca 7;3, Dudu 8;6, Sol 9;3, Davi 10;1), 10% afirmou que o valor de compra e venda são iguais e que o lojista ganha o valor total de venda (Lipi 11;0). Os 30% restantes deram um valor de compra inferior ao de venda e afirmaram que ganhavam a diferença entre estes valores (Luca 12;0, Ana 13;6, Guto 14;9). Estes

dados são muito semelhantes aos encontrados por Delval e Echeíta (1991), onde é comum até 11/12 anos os sujeitos atribuírem um preço de compra superior ou igual ao de venda, e também ganham o valor total da venda. Segundo os autores, o problema da variação do preço é um ponto fundamental da noção de lucro.

TABELA 21– DIFERENÇA ENTRE O PREÇO DE COMPRA E VENDA DO LOJISTA

Sujeito Idade	Diferença de preço		Ganha dinheiro?	Quanto ganha?
	Custa	Vende		
Bia 5;6	10,00	5,00	Sim	15,00
Lara 6;2	Mais que 0,40	0,40	Sim	0,40
Juca 7;3	3,00	2,00	Sim	2,00
Dudu 8;6	10,00	3,00	Sim	3,00
Sol 9;3	3,00	2,00	Sim	2,00
Davi 10;1	0,90	0,50	Sim	0,90
Lipi 11;0	0,30	0,30	Sim	0,30
Luca 12,0	0,15	0,30	Sim	0,15
Ana 13;6	0,15	0,25	Sim	0,10
Guto 14;9	0,05	0,15	Sim	0,10

Verificamos na Tabela 22 que 70% dos sujeitos afirmam que o lojista consegue mais mercadoria na fábrica e que a fábrica gasta para fazer o produto (Lara 6;2, Juca 7;3, Davi 10;1, Lipi 11;0, Luca 12,0, Ana 13;6, Guto 14;9). Destes, um disse que a fábrica não gasta e não soube dar uma justificativa (Lara 6;2). Outros disseram que a fábrica gasta devido às máquinas e ferramentas (Luca 12,0, Ana 13;6), outros com o material usado (Juca 7;3, Davi 10;1, Lipi 11;0) e um não soube explicar (Guto 14;9). Este é um ponto semelhante entre os sujeitos não vendedores entrevistados e os da Espanha, estudadas por Delval e Echeíta (1991).

TABELA 22 – A FÁBRICA PAGA PARA FAZER? NO QUE GASTA?

Sujeito Idade	Não fala em fábrica	Não	Sim		
		Não sabe explicar	Em máquinas e ferramentas	Em materiais	Não explica
Bia 5;6	X				
Lara 6;2		x			
Juca 7;3				x	
Dudu 8;6	X				
Sol 9;3	X				
Davi 10;1				x	
Lipi 11;0				x	
Luca 12,0			x		
Ana 13;6			x		
Guto 14;9					x
	30%	10%	20%	30%	10%
Total			100%	60%	

Na seqüência apresentamos extratos de protocolos em que os sujeitos falam da fábrica:

Davi 10;1 - A fábrica precisa pagar para fazer? *Sim*. Quanto? *Eles gastam árvores, quer dizer, árvores não, seiva de árvores*. Mas quanto em dinheiro? *Ah, não sei, mas deve ser muito caro*. Mais ou menos. *Uns R\$ 0,90*. Você acha que lá na fábrica, eles gastaram R\$ 0,90 pra fazerem a borracha. Se eles venderem por R\$ 0,50 eles não estão perdendo R\$ 0,40 em cada borracha? *Sim*. Mas, então, é melhor pra eles vender por mais de R\$ 0,90 ou por menos de R\$ 0,90? *Por menos*. Por quê? *Porque... ninguém vai comprar daí né? Se ele... se ele... colocar mais de R\$ 0,90*.

Lipi 11;0 - A fábrica da borracha, custa algum dinheiro pra ela fazer a borracha? *Que assim... é como... custa pra fábrica da Mercur vender?* Fazer a borracha. *Ah fazer? Tipo todo o material?* É. Custa? *Aham, todo o material*. E quanto você acha que custa pra fazer uma borracha? *(ele pensa)*. *Acho que R\$ 5,00 pra comprar todo o material pra poder fazer uma borracha*. Pra fazer uma borracha ele gasta mais ou menos R\$ 5,00. *R\$ 5,00, porque... mas eu não sei porque, o preço do..., não sei se eles compram o negócio pra fazer a borracha. Eles compram? Quantas coisas têm na borracha? Eles compram ou eles ganham, se eles comprarem daí tá tudo certo*. Cada borracha? *É cada... cada elemento pra fazer uma borracha*. E daí eles vendem pra loja por R\$ 0,40? *É*. Eles gastam R\$ 5,00 pra fazer uma borracha e vendem por R\$ 0,50? *Por R\$ 0,40*. É desculpa, por R\$ 0,40. E eles ganham dinheiro fazendo assim? *Ganham porque ó, se da fábrica vai pra Grafite, chega lá um carro da Mercur com um monte de borracha, então, daí chega o cara, o cara da grafite, o dono, e entrega esse dinheiro pra eles, pro cara que tá com o caminhão, o cara do caminhão vai e entrega pro chefe, o chefe vai entregar pra todos os empresários o dinheiro que vai ser o salário deles. Daí eles vão ganhar o lucro, que é o lucro dele. Daí o chefe mais o presidente, essas coisas, vão lá na loja e pegam o material pra fazer borracha*.

Ana 13;6 - Você pagou lá na indústria quanto? *R\$ 0,25*. E quanto você acha que eles gastam pra fazer a borracha? *Eu acho que eles devem gastar assim... uns R\$ 0,20, R\$ 0,15*. E no que será que eles gastam isso? *No conserto de máquinas que estragam, com os funcionários, pra ganhar um dinheirinho, água, assim, essas coisa*.

Quisemos saber o que as crianças e adolescentes não vendedores fariam com o dinheiro que arrecadavam com a venda da borracha. Na tabela seguinte podemos ler as suas opiniões, e verificar que, diferentemente dos sujeitos vendedores, eles não falam em comprar comida, nem dar dinheiro para os adultos. Eles comentam que vão comprar objetos pessoais e também mais mercadorias para continuar trabalhando. Este fato se dá possivelmente porque os sujeitos não vendedores não trabalham para suprir necessidades básicas de sobrevivência. Estes dados são semelhantes aos encontrados por Delval e Echeíta (1991) quando falam o que o lojista faz com o dinheiro que arrecada.

TABELA 23 – O QUE A CRIANÇA E O ADOLESCENTE NÃO VENDEDORES FAZEM COM O DINHEIRO QUE ARRECADAM?

Sujeito Idade	Não sabe	Compra mais mercadorias	Compra coisas para ela	Compra mercadoria e coisas para ele
Bia 5;6	X			
Lara 6;2			X	
Juca 7;3	X			
Dudu 8;6		X		
Sol 9;3			X	
Davi 10;1			X	
Lipi 11;0		X		
Luca 12;0				X
Ana 13;6		X		
Guto 14;9				X
Total	20%	30%	30%	20%
		100%		

Podemos observar abaixo nos extratos de protocolos:

Sol 9;3 - Se eu comprar todos estes lápis e borrachas, o que você vai fazer com o dinheiro? *Hummm, acho que dava pra... acho que dava pra eu comprar uma coisa, por exemplo: podia... comprar.... um peixe, podia comprar um animal.*

Luca 12;0 - Se eu comprar toda a sua mercadoria o que você vai fazer com o dinheiro? *Eu vou comprar mais, e o que sobrar eu vou levar pra minha casa. Porque eu sou o dono da loja. Vou levá pra minha casa pra comprar alimentos, essas coisas.*

Ana 13;6 - Por mais. Se eu venho aqui na sua loja comprar toda a sua mercadoria, o que você vai fazer com esse dinheiro? *Eu junto tudo pra compra mais. Mais lápis e borracha.*

Guto 14;9 - Se você vender toda a sua mercadoria, o que você vai fazer com o dinheiro? *Comprar outras pra poder vender e pegar o que vai ser o meu salário.*

No bloco III não encontramos dados que revelassem qualquer tipo de coerção. Apenas na questão sobre poder mudar a mercadoria para mais, menos ou deixar igual parece que os sujeitos menores tendem a seguir a pesquisadora. Os sujeitos mais novos quase sempre responderam de forma equivocada e quase nunca souberam justificar suas respostas. Este fato indica que a noção de lucro é difícil de ser compreendida, principalmente pelos sujeitos mais novos. Os sujeitos intermediários usaram muita fabulação nas suas justificativas, Como vemos em Piaget (1926/2005) e Inhelder, Siclair e Bovet (1977) este fato é fundamental para a futura compreensão de noções. Os sujeitos de mais idade em quase todas as

questões deram respostas adequadas, demonstrando que têm um certo conhecimento da noção de lucro.

6. 2.2. Bloco IV - Questões sobre a bola (objeto ausente)

Na segunda parte da entrevista realizamos questões sobre a compra de uma bola, que é um objeto que faz parte do cotidiano das crianças e não estava visível no momento da entrevista. Nestas questões eles necessitaram fazer uma correspondência entre o seu ponto de vista e o do lojista. Como sabemos, devido ao egocentrismo infantil, esta é uma ação difícil para eles (PIAGET 1932/1977).

Na Tabela 24 em relação ao lugar no qual compram, percebemos que todos sabem onde se pode conseguir o que se deseja como vemos em Delval e Padilla (1997), as crianças têm contato desde pequeno com o comércio. Quanto à segunda questão notamos que 10% não sabe onde o lojista pode comprar mais bolas (Dudu 8;6). 20% afirma que o lojista faz a bola (Sol 9;3, Lipi 11;0). Novamente vemos aqui o que Delval e Echeíta (1991) haviam visto nas crianças espanholas, que a loja faz suas mercadorias. Como já dissemos, foi encontrado este tipo de resposta em sujeitos menores e sempre relacionada à fabricação do pão. Aqui no Brasil, verificamos que se deu com o adesivo, o doce e a bola. 70% refere-se à fábrica para a compra de mais bolas (Bia 5,6, Ju 6,2, Juca 7;3, Davi 10;1, Luca 12;0, Ana 13;6, Guto 14;9).

TABELA 24 – ONDE A CRIANÇA E O LOJISTA COMPRAM A BOLA?

Sujeito Idade	Onde a criança compra a bola	Onde o lojista compra a bola?		
	Loja de esportes/ Mercado	Não sabe	Ele faz	Fábrica
Ba 5,6	X			X
Ju 6,2	X			X
Juca 7;3	X			X
Dudu 8;6	X	X		
Sol 9;3	X		X	
Davi 10;1	X			X
Lipi 11;0	X		X	
Luca 12;0	X			X
Ana 13;6	X			X
Guto 14;9	X			X
Total	100%	10%	20%	70%
			100%	

Seguem, abaixo, extratos de protocolos: a) o sujeito não sabe; b) ele faz; c) fábrica.

- a) **Dudu 8;6** - Acabou a bola lá no mercado, o que você acha que eles podem fazer? *Pedir outra.* Você sabe onde eles podem pedir outra? *Não.* Pense um pouquinho na sua cabeça. *Não sei.* Não sabe onde eles podem pedir bola? *Não.*
- b) **Lipi 11;0** - O que você acha melhor, vender por mais, menos ou deixa como tá? *(ele pensa um pouco).* *Ele tem 50 bolas, acabo tudo, mais só com o dinheiro ele já vai ter uns R\$ 500,00, depois ele pega uma parte desse ó (ele fica mexendo e dividindo as borrachas).* *Ele pega uma parte e deixa pra compra comida. Esse resto ele guarda pra compra mais bola.* Vai comprar mais bolas? *É, ele vai comprar mais bolas e ao mesmo tempo ele vai compra comida pra família.* Onde ele consegue mais bolas? *(ele pensa um pouco)* *É numa loja tipo que vende material pra fazer as coisas.* Mas eles fazem as bolas? *Não.* *Ele compra o material, pode ser num sábado, quando não tá tudo fechado ainda, ele vai lá e compra. Daí, no domingo, no dia de folga dos trabalhadores, ele chega lá, pega todo o material e dá pros trabalhadores fazerem as bolas ou reformar*
- c) **Davi 10;1** - E você chegou lá e não tem mais bola na loja dele. O que você acha que ele faz? *Ah... compra outra.* Onde ele compra outra? *Na fábrica de bola.*

Em seguida, na Tabela 25, temos a oportunidade de ver que 40% afirma que o preço de custo é superior ao de venda, todos afirmam que ganham com a venda (Bia 5;6, Lara 6;2, Sol 9;3, Davi 10;1). Mas entre eles, há 10% que afirma que o lojista ganha a soma da compra e venda (Bia 5;6 – somou o preço de compra com o de venda), os restantes afirmam que ganham todo o valor da venda. 30% do total da amostra acha que o preço de custo é igual ao de venda e que o lojista ganha com isso o valor total da venda (Juca 7;3, Dudu 8;6, Lipi 11;0). Os sujeitos restantes, 30% respondeu corretamente (Luca 12;0, Ana 13;6, Guto 14;9). Como já dissemos, a diferença entre o preço de compra e o de venda, questão fundamental para a compreensão da noção de lucro, é algo difícil de entender (DELVAL, 1994).

TABELA 25 – QUANTO CUSTA E POR QUANTO O LOJISTA VENDE CADA BOLA?

Sujeito Idade	Diferença de preço		Ganha Dinheiro?	Quanto ganha?
	Custa	Vende		
Bia 5;6	10,00	5,00	Sim	15,00
Lara 6;2	70,00	60,00	Sim	60,00
Juca 7;3	11,00	11,00	Sim	11,00
Dudu 8;6	10,00	10,00	Sim	10,00
Sol 9;3	40,00	6,00	Sim	6,00
Davi 10;1	100,00	50,00	Sim	50,00
Lipi 11;0	16,00	16,00	Sim	16,00
Luca 12;0	20,00	25,00	Sim	5,00
Ana 13;6	9,00	10,00	Sim	0,50
Guto 14;9	8,00	20,00	Sim	De 5,00 a 10,00

Na Tabela 26 vemos que do total da amostra, 70% disse que o lojista pode aumentar o valor do seu produto. Destes, alguns não souberam explicar (Bia 5;6, Juca 7;3, Dudu 8;6), um disse que ele é o dono e pode fazer o que quiser (Guto 14;9). Podemos ver aqui uma das regras de Delval (2002) a regra 5 “*Regra de Decisão*”, citada neste trabalho (p 60). 20% concorda com o aumento devido à qualidade do produto (Sol 9;3, Lipi 11;0) e 10% expressou que pode aumentar para ganhar mais (Lara 6;2,). Dos que não concordaram com o aumento, um justificou porque “foi combinado” (Davi 10;1) e dois porque ficaria caro (Luca 12;0, Ana 13;6).

Constata-se nessas respostas que os entrevistados não chegam a mencionar propriamente o termo lucro, e as razões que utilizam para justificar suas respostas são as mais variadas. Este fato equipara-se com os dados encontrados na Espanha por Delval e Echeíta (1991).

TABELA 26 – O LOJISTA PODE MUDAR O VALOR DO PRODUTO PARA MAIS? POR QUÊ?

Sujeito Idade	Sim				Não	
	Não sabe	Porque ele é o dono	Qualidade do produto	Para ganhar mais	Foi combinado	Fica caro
Bia 5;6	X					
Lara 6;2				X		
Juca 7;3	X					
Dudu 8;6	X					
Sol 9;3			X			
Davi 10;1					X	
Lipi 11;0			X			
Luca 12;0						X
Ana 13;6						X
Guto 14;9		X				
	30%	10%	20%	10%	10%	20%
Total			70%	100%	30%	

Na seqüência apresentamos extratos de protocolos: a) o sujeito admite que o lojista pode vender por mais; b) o sujeito afirma que o lojista não pode vender por mais.

a) **Lara 6;2** - Pode vender por mais (vende por 60,00)? *Pode*. Por quê? *Se ele quiser ele pode mudar, pra ganhar mais dinheiro.*

Juca 7;3 - Pode vender por R\$ 20,00 (vende por 11,00)? *Pode*. Por quê? *Não sei.*

Lipi 11;0 - Pode vender por R\$ 25,00 (vende por 16,00)? *(balança a cabeça afirmativamente)* Por quê? *A bola de futebol pode ser boa, e ele ganha mais dinheiro. É também a situação muito complicada, ele não pode aumentar muito o preço.* Por quê?

Porque se não daí o... o... tipo ela tem um gráfico, o gráfico dela daí vai diminuir, porque se ela tá vendendo mais caro, as pessoas vão, vão deixar de comprar.

Guto 14;9 - Pode vender por R\$ 25,00 (vende por 20,00)? *Pode.* Por quê? *Porque ele é o dono de lá.*

b) Luca 12;0 - Pode vender por R\$ 15,00 (vende por 25,00)? *Eu acho que não, eu acho que não valeria a pena comprar, assim porque não é uma coisa que tem muito valor assim. Daí não seria muito procurada. Não sei, acho que não.*

Verificamos, na seguinte tabela, que da amostra 10% não soube dar opinião quanto à possibilidade do lojista poder diminuir o valor da sua mercadoria (Juca 7;3). 30% diz que sim e justificam falando que era a vontade do lojista (Lara 6;2, Dudu 8;6, Davi 10;1), novamente aqui está a “*Regra de Decisão*” (DELVAL, 2002). Os 60 % restantes declararam que não poderiam diminuir o preço devido à baixa qualidade do produto (Sol 9;3); porque não compensaria (Bia 5;6, Luca 12;0, Ana 13;6); porque foi combinado um determinado valor (Davi 10;1), e porque o lojista poderia falir (Guto 14;9). Ao utilizar o termo falir, possivelmente este sujeito faz inferências hipotéticas sobre o mecanismo do comércio e revela características do raciocínio formal, apontadas pelo raciocínio hipotético dedutivo (PIAGET e INHELDER, 1970/1946)

TABELA 27 – O LOJISTA PODE MUDAR O VALOR DO PRODUTO PARA MENOS? POR QUÊ?

Sujeito Idade	Sim	Não sabe	Não			
	Porque ele quer		Baixa qualidade do produto	Não compensa	Valor combinado	Vai falir
Bia 5;6				X		
Lara 6;2	x					
Juca 7;3		x				
Dudu 8;6	x					
Sol 9;3			X			
Davi 10;1	x				x	
Lipi 11;0						
Luca 12;0				X		
Ana 13;6				X		
Guto 14;9						x
	30%	10%	10%	30%	10%	10%
				60%		
Total				100%		

Apresentamos, na seqüência, extratos de protocolos: a) o sujeito afirma que o lojista pode diminuir o preço do produto; b) o lojista não poderia vender a bola por um preço inferior.

a) **Lara 6;2** - Ele pode vender por R\$ 30,00 (vende por 60,00)? *Pode*. Por quê? *Talvez ele queira ficar com pouco dinheiro e de vez em quando ele quer ficar com mais.*

Dudu 8;6 - Pode vender por R\$ 5,00 (vende por 10,00)? *Pode*. Por quê? *Porque ele pode diminuir o preço.*

Lipi 11;0 - Pode vender por R\$ 9,00 (vende por 16,00)? *Pode mais é desinteresse dele, ele não vai ganhar tanto porque o gráfico vai aumenta, mais só que o dinheiro dele vai diminuir. Se tá vendendo por 16,00, que é um preço bom, ele abaixou pra 9,00. Que gráfico? O gráfico da popularidade dele, da loja*

b) **Bia 5;6** - Pode vender por R\$ 2,00 (vende por 5,00)? *Não*. Por quê? *É pouco.*

Sol 9;3 - Pode vender por R\$ 4,00 (vende por 6,00)? *Por R\$ 4,00 não*. Por quê? *Porque é menos do que R\$ 6,00 e menos do que R\$ 10,00. E R\$ 4,00 é quase o preço da média, então não vai dar.*

Davi 10;1 - Pode vender por 30,00 (vende por 50,00)? *Não*. Por quê? *Porque escolhemos a bola de 50,00.*

Ana 13;6 - E por R\$ 5,00 (vende por 10,00)? *Não. Daí eu acho que não*. Por quê? *Porque daí seria pouco lucro. O que é lucro? Lucro é tirar sua partezinha do que eles estão vendendo, né? Porque se eles vão lá e compram a bola de uma fábrica, eles pegam e vendem. E daí eles têm que tirar, tipo, eles tem que pagar as bolas que eles compram e assim tirar o lucro pra eles assim, pro supermercado.*

Guto 14;9 - E por R\$ 15,00 (vende por 20,00)? *Não*. Por quê? *Porque vai falir a loja.*

Ao observar a Tabela 28 podemos verificar que 30% dos sujeitos acham que podem vender por mais (Lara 6;2, Sol 9;3, Guto 14;9), 60% que disse que deveriam deixar o mesmo preço, mas não explicaram o porquê (Bia 5;6, Juca 7;3, Davi 10;1, Luca 12;0, Ana 13;6). Apenas 10% disse que era melhor vender por menos porque venderiam mais (Dudu 8;6).

TABELA 28– É MELHOR O LOJISTA MUDAR O VALOR DO PRODUTO PARA MAIS, MENOS OU DEIXAR COMO ESTÁ? POR QUÊ?

Sujeito Idade	Mais	Igual	
		Não disse	Vendem mais
Bia 5;6		X	
Lara 6;2	X		
Juca 7;3		X	
Dudu 8;6		X	
Sol 9;3	X		
Davi 10;1		X	
Lipi 11;0		X	
Luca 12;0		X	
Ana 13;6			X
Guto 14;9	X		
		60%	10%
	30%		70%
Total		100%	

Em seguida apresentamos extratos de protocolo: a) melhor mudar para mais; b) deixa igual.

a) **Sol 9;3** - Você acha que é melhor o lojista vender pelos mesmos R\$ 6,00, por mais, ou por menos? *Por mais de R\$ 6,00.*

Guto 14;9 - O que é melhor pra ele então, por mais ou por menos... *Por mais.*

b) **Dudu 8;6** - É melhor vender por mais, menos ou deixar como ta? *Acho bom deixar como tá.*

Ana 13;6 - Então é melhor pra eles venderem a bola por mais, por menos ou deixarem igual? *Por que assim, eu acho que teria que ser bem pelo mesmo preço que eles estão vendendo. Pelo preço que eles estão vendendo. Por quê? Porque é um preço razoável e que as pessoas assim tem assim como... tem chance de ir lá e comprar. Porque ultimamente as pessoas não estão tendo muito dinheiro então se eles colocarem um preço muito alto ninguém vai conseguir comprar.*

Os dados registrados na Tabela 29 referem-se a questões sobre a fábrica e o lojista. Foram realizadas apenas com as crianças e adolescentes não vendedores, pois foi possível aumentar o tempo da entrevista devido ao ambiente silencioso e sem interferências.

Na próxima tabela vemos que 10% não sabe dizer o preço de custo, afirma que ganha dinheiro, mas não sabe determinar quanto (Bia 5;6). 40% atribui preço de custo acima do de venda e diz que o fabricante ganha o valor total da venda. 20% declara que o preço de custo e venda são iguais e que a fábrica ganha o valor total da venda (Juca 7;3, Lipi 11;0), 30% dá a resposta correta (Luca 12,0, Ana 13;6, Guto 14;9), isto é, atribui o preço de custo inferior ao de venda.

TABELA 29 – A DIFERENÇA ENTRE O PREÇO DE CUSTO E O DE VENDA

Sujeito Idade	Diferença de preço		Ganha dinheiro?	Quanto ganha?
	Custo	Vende		
Bia 5;6	Não sabe	10,00	Sim	Não sabe
Lara 6;2	80,00	70,00	Sim	70,00
Juca 7;3	11,00	11,00	Sim	11,00
Dudu 8;6	50,00	10,00	Sim	10,00
Sol 9;3	40,00	6,00	Sim	6,00
Davi 10;1	100,00	50,00	Sim	50,00
Lipi 11;0	16,00	16,00	Sim	16,00
Luca 12,0	15,00	25,00	Sim	10,00
Ana 13;6	8,00	15,00	Sim	7,00
Guto 14;9	5,00	8,00	Sim	3,00

Encontramos na Tabela 30 que 70% afirma que ela gasta para fazer, destes 30% diz que a fábrica gasta mais e vende por menos (Juca 7;3, Sol 9;3, Davi 10;1), 30% conta que gasta menos e vende por mais (Luca 12;0, Ana 13;6, Guto 14;9), 10% usou fabulação para justificar sua resposta (Lipi 11;0) e 10% disse que o lojista faz a mercadoria e não gasta (Bia 5;6), 10% não soube responder (Lara 6;2). Como observaram Delval e Echeíta (1991) a questão relacionada à fábrica é difícil porque os sujeitos pensam que dá mais trabalho para fazer a mercadoria e porque são necessárias muitas coisas para fabricar um único objeto, por esta razão as crianças e adolescentes pensam que a mercadoria deve sempre custar mais na fábrica do que na loja.

TABELA 30 – A FÁBRICA GASTA PARA FAZER?

Sujeito Idade	Sim			Não	Não sabe
	Gasta mais vende por menos	Fabulação	Gasta menos vende por mais	Ele faz	
Bia 5;6				X	
Lara 6;2					X
Juca 7;3	X				
Dudu 8;6					
Sol 9;3	X				
Davi 10;1	X				
Lipi 11;0		X			
Luca 12;0			X		
Ana 13;6			X		
Guto 14;9			X		
	30%	10%	30%	10%	10%
		70%			
Total			100%		

Podemos observar abaixo, nos extratos de protocolos, como a fabulação está presente nas crianças e adolescentes não vendedores entre 9 e 11 anos. Percebemos um grande número de informações, as quais possivelmente são provenientes da escola e do meio social mais rico de informações. Como vemos em Inhelder, Sinclair e Bovet (1977) as várias informações que os sujeitos possuem, mesmo que algumas erradas, vão se coordenando para que futuramente se organizem de forma correta.

Sol 9;3 - A fábrica gasta para fazer? *Gasta. Quanto? Para o plástico que é do látex de uma árvore..., para cortar precisa pagar pras pessoas que cortam a árvore. Deve ser uns 20,00. Depois pra..., comprar os materiais certos pra máquina que faz as bolas trabalhar, eu acho que mais uns 30,00. Mais ainda pra colocar a tinta eu acho que custaria mais uns...5,00, e*

depois a bola ficaria pronta. Então custaria quanto mesmo? *Cada bola pra fazer..., 20..., 30..., mais ou menos..., uns 40.* Pra fazer a bola custa 40,00 na fábrica. Daí ele pega e vende no mercado por 6,00... *Hum... E ganha dinheiro.*

Davi 10;1 - Onde ele compra outra bola? *Na fábrica de bola.* Precisa pagar? *Sim.* Quanto você acha que custa lá na fábrica de bola? Essa bola que ele vende pra você por R\$ 50,00. *Deixa eu ver, lá por uns... é mais caro.* É mais caro por que? *Porque... não sei porque..., vai ver porque... não sei (ri).* Mas assim na sua cabeça por que você acha que na fábrica é mais caro? *Porque... humm... porque... pode ser mais barato então.* Mas por que pode ser mais barato. Na fábrica pra fazer uma bola o que precisa? *Borracha.* Que mais? *Borracha, máquina de fazer bola, deixa eu ver... pano.* E quanto você acha que fica tudo isso pra fazer a bola, uma bola. Sei que a fábrica faz muitas bolas, mas vamos pensar só o preço de uma. *Humm... deve ser uns R\$ 100,00.* Por que você acha que custa R\$ 100,00 lá na fábrica? *Porque na fábrica é tudo mais caro.* Por que será? *Humm... porque ninguém vai querer comprar na fábrica.* Ah... *Daí eles colocam mais caro.* Daí a fábrica vende pra loja. A fábrica vendeu pra loja por R\$ 50,00, ela gastou R\$ 100,00 pra fazer uma bola, ela vendeu pra loja por R\$ 50,00. Ela ganha dinheiro com isso? *Ganha.* Quanto ela ganha? *R\$ 50,00.* Daí o cara... *Daí ela fica com mais 100.* Como assim? *Ela tiro R\$ 50,00..., ganhô R\$ 50,00.* Ganhô R\$ 50,00. *Então, eles pagaram R\$ 100,00.* E. *Daí eles ficam com R\$ 50,00.* Daí eles ficam com R\$ 50,00. Daí o cara da loja comprou por R\$ 50,00 e vende pra você por... *R\$ 50,00 também.* E ele ganha? *R\$ 50,00.*

Lipi 11;0 - Acabou a bola. Onde o dono da loja consegue mais bolas pra por na loja dele? *(ele pensa um pouco).* *É numa loja tipo que vende material pra fazer as coisas.* Ah... mais eles que fazem as bolas? *Não. Ele compra o material, pode ser num sábado, quando não tá tudo fechado ainda, ele vai lá e compra. Daí, no domingo, no dia de folga dos trabalhadores, ele chega lá, pega todo o material e dá pros trabalhadores fazerem as bolas ou reformar.* Uhum. *É isso!* Ah... daí eles lá que fazem?! E quanto que eles pagam no material pra fazer a bola? *Pra todo mundo?* Não, eles pagam pra fazer, né? *É.* Quanto custa pra fazer a bola? *Com todo material?* *É. Deve ser uns R\$ 10,00.* Uns R\$ 10,00, daí eles vendem a R\$ 16,00? *É isso?* *É.* E eles ganham dinheiro com isso? *Ganham.* Esse cara que fez a bola. *O cara que fez a bola.* Ele pagou R\$ 10,00 de material? *Ele pagou R\$ 10,00 de material.* Daí os empregados dele, foram lá e venderam pro cara da loja. Por quanto? *R\$ 16,00.* Daí o cara do caminhão, que é amigo do chefe que faz as bolas. *O cara do caminhão que..., Veja aqui esta a loja do cara, (ele mostra com as borrachas) e aqui estão todos os trabalhadores, o cara do caminhão vai lá e entrega pro cara, o cara entrega o tanto de dinheiro que ele conseguiu do... Conseguiu do... dinheiro da venda das bolas pro cara do caminhão. O caminhão vai chegar, entregar o dinheiro pro chefe, tá. Daí o cara do caminhão volta. Daí o chefe vai da uma parte de tudo daquele dinheiro das 50 bolas pra cada um. (ele mostra com as borrachas). Cada uma das pessoas, que vai ser o salário delas.* O salário delas, tá. Então ele vendeu a R\$ 10,00, custou R\$ 10,00 pra ele fazer, e daí ele vai dar R\$ 10,00 pra cada trabalhador dele? *Não. Vamos dizer que ele vai por um preço e vai dividir em partes, tipo, ele vai dar R\$ 50,00 pra duas pessoas, aqueles que tão trabalhando, e o cara vendeu a bola por R\$ 25,00.* Uhum... *Daí ele pega e vai calcular quantas pessoas ele tem no emprego e vai lá fazer a continha e tá. R\$ 25,00 pra essa pessoas e R\$ 25,00 pra essa. (ele mostra com as borrachas). Eles ficam com a mesma quantidade. Mais se o cara do caminhão entregá um monte de bola pro carinha, o carinha vai entregá mais ainda, vai entrega mais dinheiro que o chefe vai ter que fazer uma conta mais difícil e da mais dinheiro pros trabalhadores.* Você tinha me falado assim, que o cara vendia as bolas e pegava um pouco de dinheiro pra compra comida e um pouco de dinheiro pra comprar as bolas. Ele tinha 10 bolas, certo? Ele vendeu as 10 bolas, deu R\$ 160,00 certo? Ele pegou 60 pra comprar comida ficou 100... *Ele vai gastar esses R\$ 100,00 nas bolas, pra continuar a loja dele.* Mas ele não vai conseguir comprar mais 10 bolas. *Não, não. Menos.* Vai comprar menos bola. *É.* E daí cada vez ele vai tendo menos bola na loja dele. *Não, se ele comprar uma mais barata. Assim tipo... uma coisa mais... barata, uma cesta básica que é R\$ 30,00. Daí ele vai ter R\$ 130,00 pra gastar nas bolas.*

Nestes exemplos também observamos que há contradição durante as suas falas. Nestes casos “ao considerar suas palavras, percebe-se claramente que o sujeito não sente a contradição (PIAGET, 1974/1978a, p. 203). Mas eles não tomam consciência destas contradições não percebem o conflito no que dizem e por isso não há avanço na compreensão. “O progresso do conhecimento está relacionado a uma contradição sentida pelos sujeitos” (STOLTZ, 2006, p. 1), possivelmente isto auxiliará no futuro para o avanço na compreensão.

Na Tabela 31 podemos observar que as respostas em relação ao que os sujeitos não vendedores imaginam que o lojista/fabricante fazem com o dinheiro que arrecadam com a venda das bolas, são semelhantes, com sujeitos não vendedores espanhóis, encontrados por Delval e Echeíta (1991)

TABELA 31 – O QUE O LOJISTA FAZ COM O DINHEIRO QUE ARRECADA?

Sujeito Idade	Não foi perguntado	Não sabe	Compra coisas para ele	Investe no negócio e coisas para ele	Investe no negócio
Bia 5;6	X				
Lara 6;2			X		
Juca 7;3		X			
Dudu 8;6	X				
Sol 9;3			X		
Davi 10;1	X				
Lipi 11;0				X	
All 12;0				X	
Ana 13;6					X
Guto 14;9				X	
	30%	10%	20%	30%	10%
Total			100%		

Apresentamos, na sequência, extratos de protocolos:

Sol 9;3 - O que você acha que o lojista faz com o dinheiro da venda dele? *Eu acho que esse lojista pode fazer o que ele quiser. Se ele tiver uma mulher, ele vai alimentar ela, se ele tiver filho, vai comprar comida, se ele viver sozinho ele compra coisa pra ele. Essas coisas.*

Luca 12;0 - O que você acha que o lojista faz com o dinheiro da venda dele? *Ele compra mais pra ter estoque pra vender, e o resto ele paga os empregados, o que sobra leva pra casa pra comer, pra educa os filhos, presente pros filhos, presente pra mãe, essas coisas.*

Ana 13;6 - O que você acha que o lojista faz com o dinheiro da venda dele? *Eu acho que eles investem mais pra fabricar mais e pra pagar os funcionários e tal, e tudo. Todas as despesas que tem.*

As respostas dos sujeitos mais novos apontam apenas para a aquisição de objetos e necessidades pessoais. As respostas mais elaboradas demonstram que os sujeitos passam a considerar não apenas os processos presentes, mas também os ausentes, como a manutenção das máquinas, o pagamento dos funcionários, a reposição de mercadoria. Ao considerar, em suas respostas, essas características, os sujeitos mostram uma maior capacidade de coordenar aspectos implícitos presentes na situação, envolvendo a noção de lucro. Estes dados são semelhantes ao encontrados na Espanha (DELVAL e ECHEÍTA, 1991), e tal como lá, aqui foram encontrados apenas nos sujeitos mais velhos.

Com as crianças e adolescentes não vendedores também fizemos a contra-sugestão para verificar a consistência, a coerência e a contradição nas suas respostas (PIAGET, 1926/2005; DELVAL, 2002), e se vivenciam de alguma maneira o conflito cognitivo durante suas respostas. Sabemos que “o conflito é necessário para que o sujeito perceba a insuficiência do que sabe em relação ao que se lhe apresenta e se dedique a uma atividade mental que leve ao ajuste e modificação da estrutura do sujeito ao objeto novo por conhecer.”(STOLTZ, 2005, p. 151) A tabela abaixo sintetiza as respostas das contra-sugestões dos sujeitos não vendedores.

TABELA 32 – COMO A CRIANÇA E O ADOLESCENTE NÃO VENDEDORES REAGEM À CONTRA-SUGESTÃO

Sujeito Idade	Pergunta errada								Pergunta correta					
	Concorda				Discorda				Concorda				Discorda	
	JNS	JE	JC	JT	NSJ	JE	JC	JA	NSJ	JE	JC	JT	NSJ	JE
Bia 5;6		X			X				X		X			
Lara 6;2				X					X		X	X		
Juca 7;3	X			X						X	X	X		
Dudu 8;6		X								X	X	X		
Sol 9;3		X		X						X	X	X		
Davi 10;1		X								X	X	X		
Lipi 11;0		X												
Luca 12;0							X				X			
Ana 13;6			X				X							
Guto 14;9							X							

NOTAS: NSJ = não sabe justificar; JE = justificativa errada; JC = justificativa correta
JA = justificativa de transição

Bia 5;6 - Uma menininha numa outra entrevista falou pra mim assim, que se ela comprar a borrachinha por R\$ 2,00 e vender por R\$ 3,00, ela ganha R\$ 1,00. Ta certa ou errada? *Certa*. Por quê? *Porque ela ta certa*. O que passa na sua cabecinha? *(ela não responde)* Mas então me diga, se você pagou R\$ 2,00 e vende pra mim por R\$ 3,00 você ganha R\$ 5,00. Tá certo isso? *Ta*. Mas a menina falou que se compra por R\$ 2,00 e vende por R\$

3,00, ela ganha R\$ 1,00. Ela ta certa? *Não*. Quem ta certa, ela ou você? *Eu*. Por quê? *Porque é eu*. Mas por que você acha? Me diga. *(ela não responde) Não sei*.

Lara 6;2 - Um menino falou que se a bola custa R\$ 70,00 e ele vende por R\$ 60,00 ele perde R\$ 10,00. Porque quando ele vai comprar de novo outra bola, vai pagar R\$ 70,00, mas ele só tem R\$ 60,00. Tá certo ou errado? *Certo*. Ele tava certo? *Uhum*. Por que ele tava certo? *Agora eu to meio confusa*. É? *To me confundindo*. Mas me explica, o mercado foi na fábrica e pagou R\$ 70,00 e vende por R\$ 60,00. Ele ganha? *Ganha*. Quanto? *Eu to confusa*.

Sol 9;3 - Na entrevista que fiz falaram que se eles comprassem o adesivo por R\$ 1,00 e vendessem por R\$ 1,00, eles não ganham R\$ 1,00. Você acha que eles estão certos ou errados? *Eu acho que eles estão certos*. Por quê? *Porque... se... eles... dão as figurinhas por R\$ 1,00 e por R\$ 1,00 tem que comprar mais uma cartela de figurinhas, eles não ficam com o dinheiro*. Não ficam? *Não*. Então eles estão certos? *Eles estão certos*. Mas você falou pra mim que você compra por R\$ 0,50 e vende por R\$ 0,50 e ganha. *É que eu ganho... porque as vezes é R\$ 1,00 e às vezes é R\$ 0,50*. Mas por que é R\$ 1,00? *A borracha é R\$ 1,00 e às vezes é R\$ 0,50. E... se fosse uma borracha grande ou se fosse uma de bichinho bonitinho, eu venderia a preço de R\$ 2,00. mas como não é eu posso vender a R\$ 1,00 ou a R\$ 0,50*. Quando você vende a R\$ 1,00 e quando você vende a R\$ 0,50? *A R\$ 0,50 eu vendo sábado e domingo. E a R\$ 1,00 eu vendo dias de semana que é quando vem mais gente na minha loja*.

Sol 9;3 - Um menino falou o seguinte, que se compra uma borracha por R\$ 0,50 e vende ela por R\$ 1,00 você ganha R\$ 0,50. Ele está certo ou está errado? *Eu acho que... (balança a cabeça negativamente)*. E se você compra por R\$ 0,50 e vende por R\$ 0,50, você ganha quanto? *(ela pensa um pouco)*. *Hum... bom, daí eu não ganho nada. Quando eu compro todas essas borrachas eu posso comprar uma ou duas borrachas e o resto eu posso gastar no que eu quiser*. Então faz de conta que tem dez borrachas aí. A R\$ 0,50, dez borrachas dá 5,00. *Uhum (balança a cabeça afirmativamente)*. Você gastou R\$ 5,00 e comprou dez borrachas. Eu compro todas as suas borrachas por R\$ 4,00. Pode ser? *Pode*. Você vai ganhar dinheiro com isso? *Vou*. Quanto? *R\$ 4,00*.

Sol 9;3 - Um menino falou que se paga no chicletes R\$ 0,50... não pode vender esse chicletes por R\$ 0,15, porque perde dinheiro. *Vai*. Vai perder dinheiro? *Vai perder dinheiro, porque, eu acho que deveria custar R\$ 0,50, se for o chicletes daquelas bolas grandes, que nem o Babaloo, eu acho que podia chegar a R\$ 0,60*. Mais então ele está certo. Se ele pagou R\$ 0,50 e vender por R\$ 0,15 ele perde dinheiro. *Ele perde dinheiro*. Mais e o dono da fábrica de bola, que pagou R\$ 40,00 por uma bola e vende essa bola por R\$ 6,00, ele está perdendo dinheiro? *Ele não está perdendo dinheiro*. Não? *Não*. Quanto ele ganha então? *Ele ganha R\$ 6,00 por dia*. Por dia ou por bola? *Por dia, ou por bola. Dependendo das pessoas que vão lá!* Como assim? Dependendo das pessoas que vão lá? *Por exemplo: as pessoas que vão lá... as vezes querem comprar outras coisa, não é obrigação eles pegarem bola. Mas quando elas querem, elas compram a bola, daí eles ganham dinheiro*.

Davi 10;1 - Um menino falou pra mim que ele compra o adesivo por 0,50 e se vender pra mim por 0,50 ele não ganha dinheiro. *Não?* Você acha e ele ta certo ou você ta errado? *Acho que ele ta certo. Porque ele não ganha... é a mesma coisa ele paga R\$ 0,50 e ganha R\$ 0,50. É como se tivesse devolvendo o dinheiro*.

Davi 10;1 - Uma menina contou que vai com a mãe comprar rosas e paga 0,50 na rosa. Um dia vendeu uma por 0,40, e a mãe porque ela perdeu 0,10. A mãe ta certa ou não? *Não*. Ta errada a mãe dela? *Ta. Ela só quer ganhar dinheiro*. Mas a menina perdeu os R\$ 0,10 ou não perdeu? *Perdeu*. A mãe dela tava certa? *Tava certa que ela perdeu, mas... a mulher só ta pensando em dinheiro*. E a menina pensou no que? *Só em vender?* E por que você tem essa loja aqui? *Pra eu ganhar dinheiro*. Pra ganhar dinheiro? *Mas não é só pra ganhar dinheiro*. Por que você tem a loja então? *Hummm, pra fazer amizades*.

Davi 10;1 - Um menino falou que a fábrica de adesivo gastava 0,50 pra fazer a cartelinha e que se eles vendessem a cartelinha por 0,50 eles não ganhavam dinheiro. Ele tava certo ou errado? *Certo*. Por quê? *Porque vai gastar como tivesse devolvendo de volta*. O dono da fábrica de bola gasta 100,00 pra fazer a bola e ele vende por 50,00 a bola, ele ganha 50,00? *Não,... é, ganha!* Ele ganha R\$ 50,00? Mas ele pagou R\$ 100,00 pra fazer a bola. *(Fica me olhando)* Ele vende por R\$ 50,00, ele ta ganhando R\$ 50,00? *Sim*. Um menino falou que paga 0,50 o pacote de bala. Se vender por 0,50 não ganha dinheiro. Ele precisa vender por 1,00, que é pra ganhar 0,50. Ta certo ou ta errado? *Ta certo*. Ele ganha R\$ 0,50 ou ele ganha R\$ 1,00? *R\$ 1,00*. Por que ele ganha R\$ 1,00? *Porque... porque... ele... ta vendendo por R\$ 1,00*.

Lipi 11;0 - Um menino que eu estava entrevistando lá na rua, me falou, que se ele compra a borracha por R\$ 0,30 e ele vende a borracha por R\$ 0,30 ele não ganha dinheiro. *Por que?* Ele falou pra mim que não ganha. *Por que?* Você acha que ele ta certo ou errado? *Não. É como se fosse uma troca. Ele vai trocar os R\$ 0,30 por uma borracha. Então você vai ganhar dinheiro. Ta perdendo dinheiro comprando a borracha, mas também ta ganhando dinheiro. Os R\$ 0,30 que gastou comprando a borracha, terá de volta porque o comprador está te dando R\$ 0,30*.

Lipi 11;0 - Um menino falou que se compra bola por R\$16,00 e vende a bola por R\$16,00 não ganha dinheiro. Por que você acha que ele falou isso? *Não sei!* Mais ele falou que não vai ganhar nada, porque ele vai ter que comprar a bola de novo, daí ele não vai conseguir tira o dinheiro pra ele. *Vai porque, porque as pessoas que vão compra bola vão dar o dinheiro pra ele e ele vai dar uma das bolas que ele tem*. Então o menino estava errado? Ele ganha mesmo. Se ele vende por R\$ 16,00 ele ganha dinheiro! Ele comprou por R\$ 16,00 e vendeu por R\$ 16,00. *Agora vamos dizer assim. Ele compra por R\$ 16,00 uma bola, daí tá. Daí um comprador, vamos dizer que... é meu amigo, meu amigo chega lá e pega, e eu que sou o vendedor, ele vai pegar esses R\$ 16,00 do dinheiro dele e vai me da. E eu vou ficar com esses R\$ 16,00. Tá, daí ele vai ficar com a bola e eu vou ficar com os R\$ 16,00, e ele com a bola. Daí se chegar outro, eu vou ficar tal tal tal... depois outro tal tal tal... daí nisso eu vou juntando dinheiro, daí eu posso, tipo, fechar por um tempo que não tem mais bola, comprar outras coisa, vender outras coisas, daí eu vou ter no mínimo uns R\$ 300,00, daí eu gasto uns R\$ 30,00, R\$ 60,00 em comida e o resto tudo nas bolas*.

Guto 14;9 - Um menino disse que se a fábrica fizesse, custava R\$ 5,00 a bola. Se fizesse 1000 bola, e comprassem as 1000 bolas a R\$ 4,00, poderia, que ganharia dinheiro. Ele ta certo? *Não*. Não ta certo então? *Não*. Mas mesmo vendendo as 1000 bolas de uma vez? *Ele não pagaria o que gastou em cada uma. Se ele vendesse a R\$ 6,00 ou a R\$ 5,50, daí teria ganhando*.

Ao verificar os extratos dos protocolos percebemos que alguns sujeitos num primeiro momento, percebem o conflito cognitivo e até mudam suas respostas, mas num segundo momento parecem esquecer e retornam à antiga opinião. Observamos que os sujeitos menores não mudaram de opinião com a contra-sugestão. Eles não percebem a contradição na pergunta, não conseguem refletir para além da questão, centram-se num único objeto (PIAGET, 1947/1958). Os sujeitos maiores responderam e justificaram de forma adequada as contra-sugestões, demonstrando firmeza nas suas opiniões e conseguindo refletir sobre o possível (PIAGET 1966/2003). Os sujeitos intermediários são inconstantes nas afirmações e justificativas, percebem o conflito, mas ainda não têm elementos suficientes para

ultrapassá-lo (DELVAL, 1989). Estão num período de transição. Nesta fase inicia-se a descentração, começam a ver outros aspectos da situação. (PIAGET, 1966/2003)

Ao observarmos o bloco IV, percebemos que os menores têm dificuldade de responder e justificar as questões que lhes são feitas em relação ao objeto ausente. Este fato pode ser devido a sua pouca experiência com a venda e também porque não têm os instrumentos intelectuais totalmente desenvolvidos, como vemos em Delval (1994). As respostas apresentadas pelos sujeitos não vendedores a partir dos 9 anos, apresentam fabulação quando solicitados a explicar suas respostas. Há indicativos de que os sujeitos não vendedores, por não estarem imersos num contexto de respeito unilateral no que tange à venda de produtos e por estarem num ambiente cultural mais rico de informações (PIAGET, 1932/1977), conseguem evoluir na compreensão da noção de lucro de forma semelhante aos sujeitos espanhóis (DELVAL e ECHEÍTA, 1991). Os sujeitos mais velhos deram respostas satisfatórias e superiores aos sujeitos vendedores, demonstrando um melhor conhecimento da noção objeto desta pesquisa.

Na nossa amostra com crianças e adolescentes não vendedores encontramos três sujeitos que utilizaram o termo lucro e um fala do conceito de falência.

Luca 12;0 - O que é lucro que você fica falando pra mim? *Ah, dinheiro que a gente ganha, se a gente tem mais, se a gente tem menos, se a gente ta bem ou ta mal.*

Ana 13;6 - O que é lucro que você fica falando pra mim? *Lucro é tirar sua partezinha do que eles estão vendendo, né? Porque se eles vão lá e compram a bola de uma fábrica, eles pegam e vendem. E daí eles tem que tirar tipo, eles tem que pagar as bolas que eles compram e assim tirar o lucro pra eles assim, pro supermercado.*

Guto 14;9 - Explica pra mim o que é o lucro que você fala. *Lucro é quando você ta ganhando em cima do que você ta vendendo. Tipo, a borracha é..., eu paguei R\$ 0,15 e tô vendendo por R\$ 0,30 tenho um lucro de R\$ 0,15. Que é o preço que..., eu tirei..., eu paguei a borracha..., eu vendi ela e daí paguei quando eu comprei, e tirei dinheiro em cima disso.*

Guto 14;9 - Por que não pode? *Porque ela não teria lucro. Tipo se fosse abaixo do preço que ela compra, daí poderia falir.* O que é falir? *Fechar, tipo, o dinheiro não é suficiente pra pagar os funcionários, ta devendo muito, daí acaba fechando, porque não tem dinheiro suficiente pra pagar, tipo imposto de renda, estas coisas.* E pra ganhar este dinheiro, pra não falir ela consegue através de que? *Vendendo a mercadoria dele e tirando o lucro dele.* Então o lucro é importante? *Sim.*

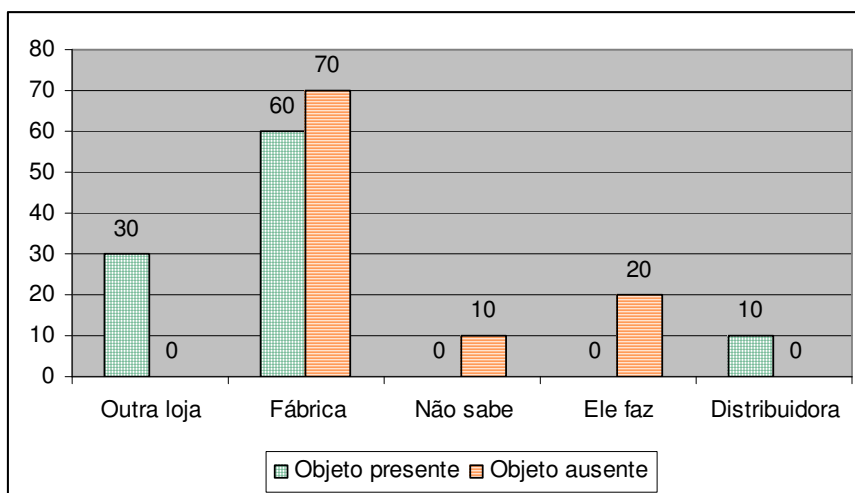
Novamente podemos observar nas respostas dos sujeitos não vendedores, que eles também utilizam exemplos para definir um conceito. Como já dissemos, essas são características típicas de crianças na etapa de desenvolvimento dos pré-

conceitos. O sujeito quando ainda não tem definido o conceito utiliza-se de exemplos para tentar explicar o que deseja (PIAGET, 1946/1975).

6.2.3 Relação entre o Bloco III e Bloco IV

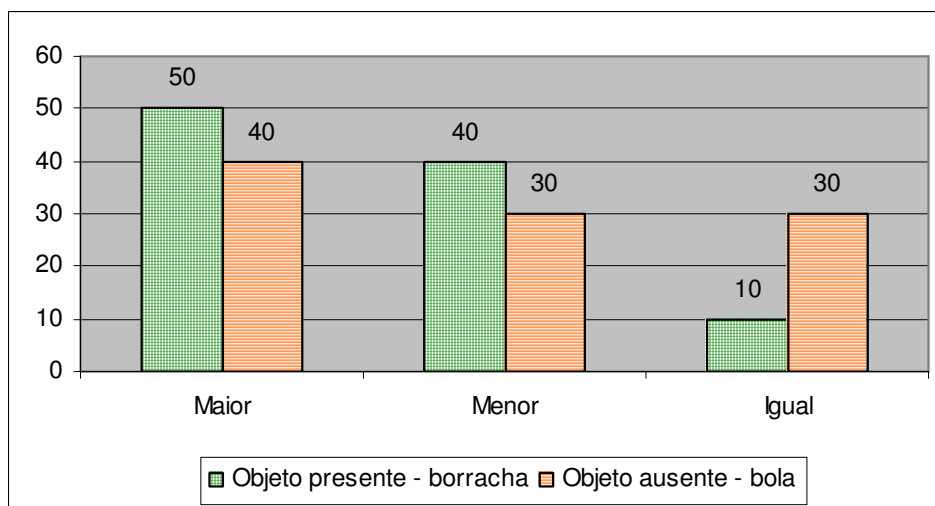
Na seqüência, faremos uma análise comparativa entre as informações obtidas com o objeto presente (borracha) e o objeto ausente (bola).

GRÁFICO 7 – PROCEDÊNCIA DA MERCADORIA



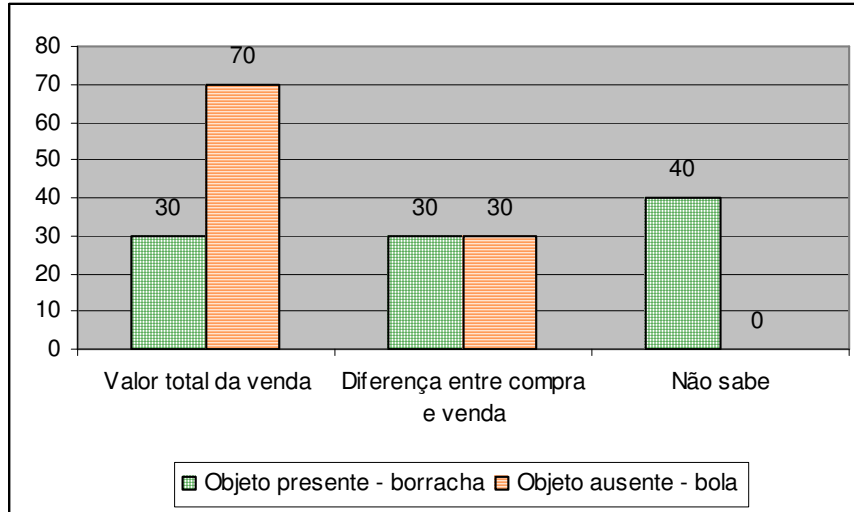
Podemos observar no Gráfico 7 que em relação à reposição de mercadorias, os sujeitos não vendedores, quanto ao objeto presente (borracha), 30% afirma que o lojista pode conseguir mais produto em outra loja, 60% refere-se à fábrica e 10% fala da distribuidora. Em relação ao objeto ausente (bola), 70% dos sujeitos afirmam que pode ser conseguida na fábrica. 10% não sabe aonde o lojista pode conseguir mercadorias e 20% diz que o lojista faz a mercadoria que vende. É curioso observar que apenas 10% menciona o distribuidor com o objeto presente e que em relação ao objeto ausente a grande maioria se reporta à fábrica, que é tão distante da realidade deles e não falem em outra loja, que é mais presente no seu dia-a-dia, fato que mereceria mais pesquisas. Estes fatos indicam uma desconexão entre o processo de venda e o de fabricação, (DELVAL e ECHEÍTA, 1991).

GRÁFICO 8 – PREÇO DE COMPRA EM RELAÇÃO AO DE VENDA



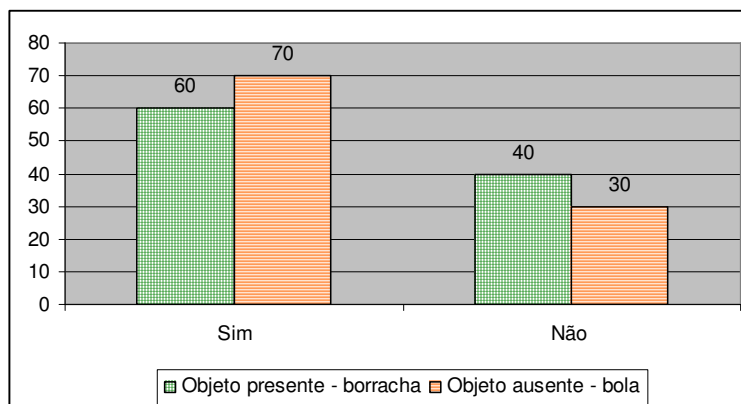
Percebemos no Gráfico 8 que há pouca diferença nas respostas quanto ao objeto presente (borracha) e ausente (bola) em relação ao valor de compra e venda. Em relação ao objeto presente (borracha), 50% dos sujeitos afirmam que o preço de compra deve ser maior que o de venda, 40% afirma que deve ser menor e 10% que deve ser igual. Em relação ao objeto ausente (bola), 40% declara que o preço de compra deve ser maior que o de venda, 30% menor e 30% que o preço deve ser igual. Estes dados dão indicativos de que estes sujeitos têm dificuldade em entender que o preço de compra deve ser sempre menor que o de venda tanto do produto presente quando ausente. Talvez isto seja assim pela pouca experiência social e prática que têm com a venda, pela falta de instrumentos intelectuais desenvolvidos. Estes dados equiparam-se com os encontrados com os sujeitos espanhóis (DELVAL e ECHEÍTA, 1991) e confirmam o que estes disseram, quanto a ser extremamente complexo a compreensão da noção de lucro. Um ponto essencial para este conhecimento é que compreendam que o preço de compra deve ser inferior ao de venda e que a diferença entre estes valores é o que o sujeito ganha.

GRÁFICO 9 – QUANTO A CRIANÇA E O LOJISTA GANHAM



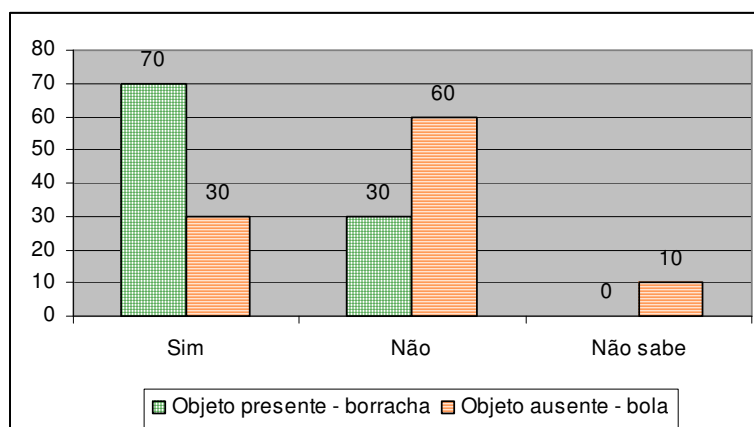
Temos aqui, no Gráfico 9, um ponto importante. Em relação ao objeto presente (borracha), 40% dos sujeitos não vendedores não sabem dizer quanto ganham com a venda da borracha, 30% declara que ganha o total da venda e os 30% restante diz que ganha a diferença entre o preço de compra e venda. Em relação ao produto ausente (bola), apenas 30% diz que o lojista ganha a diferença entre o preço de custo e venda e a grande maioria, 70% restante afirma que o lojista ganha todo o dinheiro da venda. Este fato merece atenção, pois os sujeitos tiveram dúvidas em relação a quanto ganham com a venda do seu produto (borracha), o que não ocorreu com o objeto ausente (bola), onde a maioria afirmou que o lojista ganha o valor total da venda. Este dado possivelmente se dá pela pouca experiência que possuem com a venda, também pela complexidade desta noção. Provavelmente alguns sujeitos foram sensíveis às situações de terem sido inseridos numa atividade prática de venda, o qual representaria o nível mais básico da tomada de consciência. Há indicativo, portanto, que estes 40% que fica em dúvida em relação a quanto ganha em relação ao produto presente, esteja em uma fase de transição para a compreensão da noção de lucro.

GRÁFICO 10 – PODEM MUDAR O VALOR PARA MAIS?



No gráfico acima observamos que, em relação ao objeto presente (borracha), 60% dos sujeitos concordam que podem subir o preço e 40% acha que não pode aumentá-lo. Já em relação ao objeto ausente (bola), 70% diz que seria possível vender por mais e apenas 30% nega este fato. É interessante notar que eles acham que o produto distante (bola) pode ter um aumento maior que o presente (borracha). Este fato se dá provavelmente porque a lógica do comércio é complicada de entender, como afirma Delval (1994), e a criança não vê o processo no seu conjunto e não tem instrumentos intelectuais desenvolvidos, nem experiência com a venda.

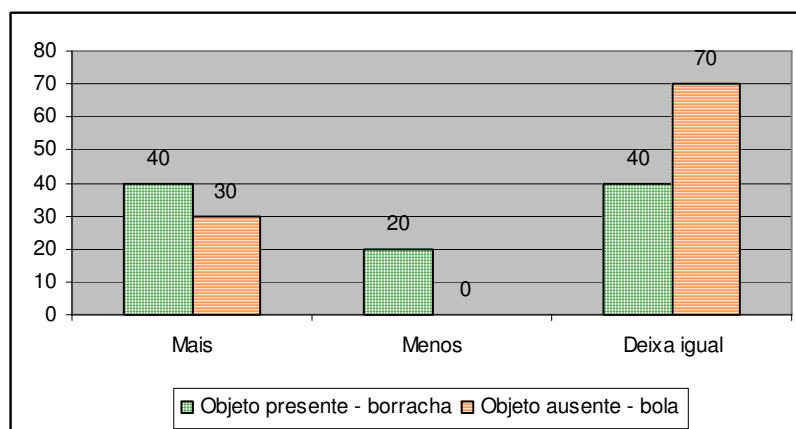
GRÁFICO 11 – PODEM MUDAR PARA MENOS?



No Gráfico 11 fica evidente que 70% dos sujeitos afirmam que podem vender por menos seu produto (borracha) e 30% diz que não. Em relação ao produto

ausente (bola) percebe-se que apenas 30% concorda que o lojista pode diminuir o preço de sua mercadoria, 10% não sabem opinar e 60% declara que o lojista não pode diminuir o preço. Este é um dado intrigante, visto que a maioria dos sujeitos que concorda em diminuir o preço da sua mercadoria, acreditam que é melhor para o lojista não diminuir o seu. Outro fato interessante é que os sujeitos tiveram dúvidas quanto ao objeto presente (borracha) o que não ocorre com o objeto ausente (bola). Este gráfico mostra as lacunas existentes na compreensão dos sujeitos não vendedores em relação à função da venda como forma de ganhar dinheiro. Delval e Echeíta (1991) dizem que compreender esta diferença entre compra e venda é extremamente difícil e fundamental para a compreensão da noção de lucro. Podemos inferir a partir deste dado que embora estes sujeitos vivam numa sociedade capitalista não compreendem que o comércio deve sempre vender por um preço maior do que foi pago e que o comércio tem a função de lucrar.

GRÁFICO 12 – É MELHOR MUDAR:



Com o Gráfico 12 notamos que, em relação ao objeto presente (borracha), 40% afirma que pode aumentar o valor do produto, 40 % diz que deve permanecer o mesmo valor e apenas 20% concorda em diminuir o valor. Já com o produto ausente (bola) percebemos que a grande maioria, 70%, acha que o lojista deve deixar o mesmo valor e 30% que deve vender por mais. Estes dados se assemelham com os verificado por Delval e Echeíta (1991) com as crianças escolarizadas e não vendedoras.

6.3 COMPARAÇÃO ENTRE CRIANÇAS E ADOLESCENTES VENDEDORES E NÃO VENDEDORES

Nos gráficos a seguir iremos comparar os dados das crianças e adolescentes vendedores e não vendedores em relação ao objeto presente (adesivo/doce/rosa e borracha). Em seguida, com o produto ausente (lápis e bola), para verificarmos as semelhanças e diferenças entre a compreensão da noção de lucro nestes sujeitos.

GRÁFICO 13- O QUE OS SUJEITOS VENDEDORES FAZEM COM O DINHEIRO

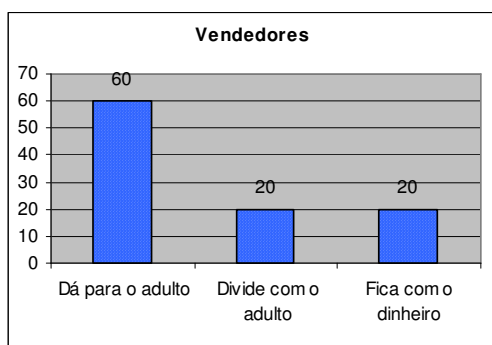
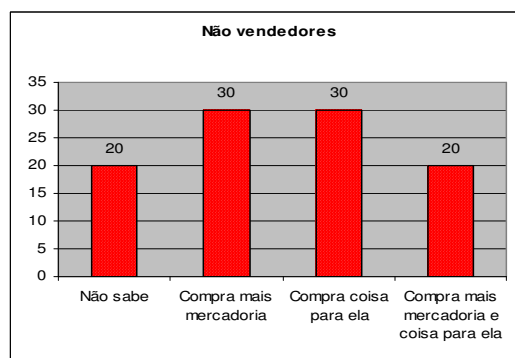
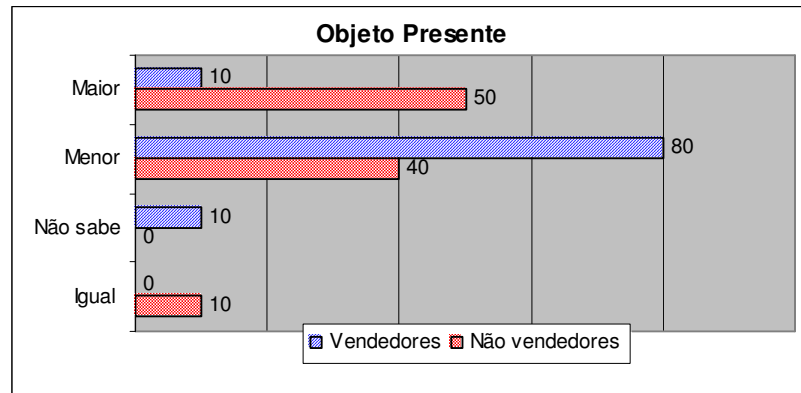


GRÁFICO 14 – O QUE OS SUJEITOS NÃO VENDEDORES FAZEM COM O DINHEIRO



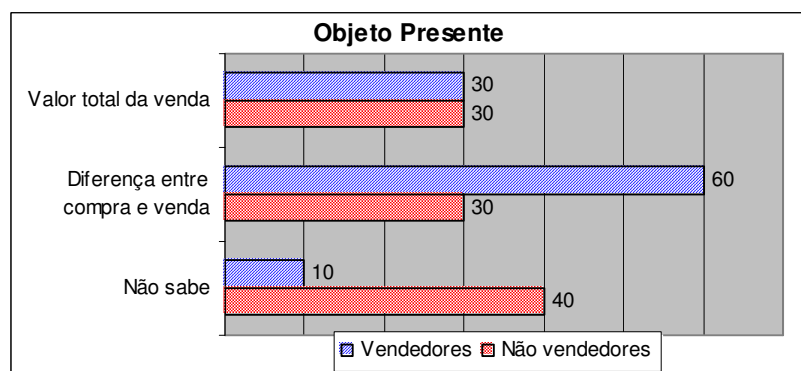
Representamos nos Gráficos 13 e 14 o que os sujeitos vendedores e não vendedores fazem com o dinheiro que arrecadam com a venda do seu produto. Como podemos perceber, há uma grande diferença nas respostas que se referem à vivência de realidades totalmente opostas. Uma demonstra que executam uma atividade que, muitas vezes, é a única fonte de renda da família, visto que a maioria dá o que arrecada para o adulto. A outra indica que podem comprar mais mercadorias e objetos pessoais, fato que indica a possibilidade de continuidade do processo.

GRÁFICO 15 - PREÇO DE CUSTO EM RELAÇÃO AO DE VENDA



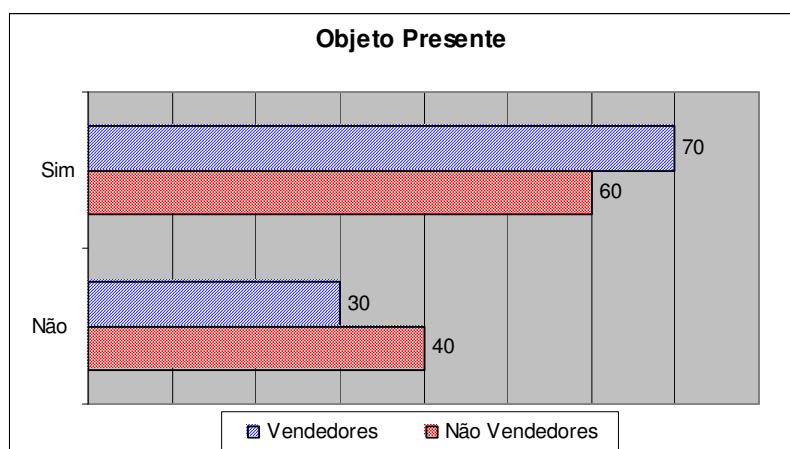
No gráfico acima observamos que 10% dos sujeitos vendedores dizem que o preço de custo deve ser maior que o de venda, 80% declara que deve ser menor e 10% não sabe opinar. Quanto aos sujeitos não vendedores, 50% diz que o preço de compra deve ser maior que o de venda, 40% que deve ser menor e 10% acredita que deve ser igual. É possível verificar que os sujeitos vendedores têm uma maior compreensão de que o preço de custo deve ser menor e este fato possivelmente se dá por sua prática laboral (DELVAL, DÍAZ-BARRIGA, HINOJOSA, E DAZA, 2006), principalmente com os sujeitos que participam do processo de compra, atribuição de preço e venda do produto o que coincide com o dado objetivo a partir de outros estudos (DARÓZ, STOLTZ, 2003; OTHMAN, STOLTZ, 2003, 2004, 2005a, 2005b; OTHMAN, DARÓZ, STOLTZ, 2004; PIECZARKA, STOLTZ, 2005; STOLTZ, 2004, 2005a, 2005b, 2006).

GRÁFICO 16 - QUANTO GANHAM



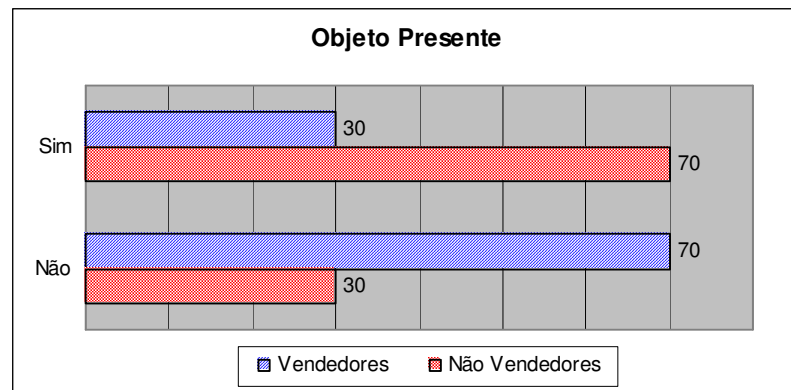
No Gráfico 16 observamos que 30% dos sujeitos vendedores acreditam que ganham o valor total da venda, 60% afirma que ganha a diferença entre o preço de compra e venda e 10% não sabe opinar. Em relação aos sujeitos não vendedores, identificamos que 30% afirma que ganha o valor total da venda, 30% que ganha a diferença entre o preço de compra e venda e 40% não sabe opinar. Novamente é possível verificar uma melhor compreensão dos sujeitos vendedores sobre os não vendedores em relação a saber quanto ganham. E novamente também podemos dizer que possivelmente este fato ocorra devido à sua ação prática com a venda (OTHMAN, STOLTZ, 2003, 2004, 2005a, 2005b, 2006; OTHMAN, DAROZ, STOLTZ, 2004; PIECZARKA, STOLTZ, 2005; STOLTZ, 2004, 2005a, 2005b, 2006).

GRÁFICO 17 – PODEM MUDAR O VALOR PARA MAIS?



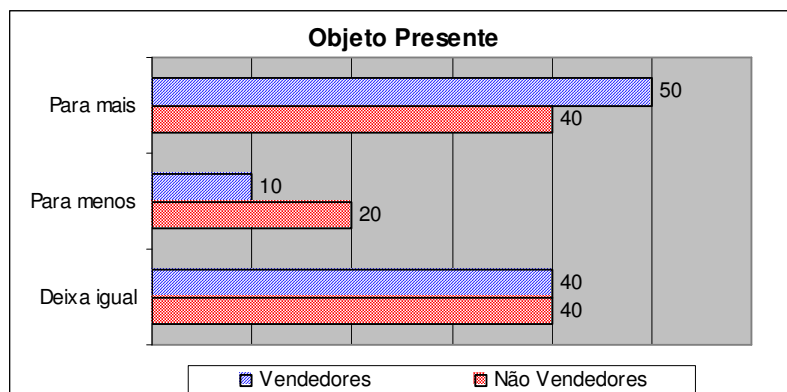
Notamos, no Gráfico 17, que 70% dos sujeitos vendedores afirmam que podem aumentar o valor de seu produto e 30% nega este fato. Dentre os sujeitos não vendedores, 60% concorda em aumentar o valor e 40% acha que não se pode aumentar. Possivelmente esta porcentagem maior que se dá entre os vendedores porque eles têm necessidade de arrecadar dinheiro para sua sobrevivência, pois “a criança, como o adulto, só executa alguma ação exterior ou mesmo interiormente quando impulsionado por um motivo e este se traduz sempre sob a forma de uma necessidade” (PIAGET, 2001, p. 16). Neste caso a necessidade é a de sobrevivência.

GRÁFICO 18– PODEM MUDAR O VALOR PARA MENOS?



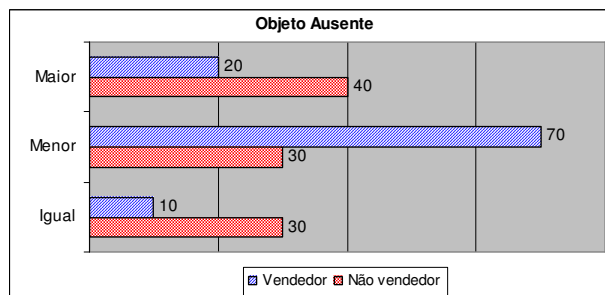
No gráfico acima temos o dado de maior diferença entre os sujeitos vendedores e não vendedores. Em relação a poder ou não diminuir o preço do seu produto, 70% dos vendedores dizem que não podem e apenas 30% fala que sim. Possivelmente este dado relaciona-se ao fato dos sujeitos vendedores precisarem levar uma soma esperada de dinheiro para casa, e de existir a possibilidade de punição, caso não cumpram o que foi determinado. Outra razão que podemos inferir é que sua experiência com o comércio é ser vendedor, que tem como objetivo conseguir cada vez mais dinheiro com sua atividade. Com os sujeitos não vendedores os dados foram inversos: 70% afirma que pode diminuir o preço enquanto 30% nega esta ação. Os não vendedores, como não têm nenhuma obrigação nem cobrança em relação ao seu trabalho, concordam em diminuir o preço. Delval (1998) afirma que para as crianças não há nada de errado em vender por um preço inferior, pois possivelmente elas não têm os elementos intelectuais disponíveis para verem a incoerência do que falam, principalmente quando executam uma atividade sem um propósito definido. Outra hipótese relativa as crianças e adolescentes não vendedores, é que talvez, possivelmente por pertencerem a um nível socioeconômico superior, sua experiência com o comércio é principalmente a de compradores, os quais estão sempre em busca de preços menores. Esta é uma hipótese que necessitaria de maior investigação.

GRÁFICO 19– É MELHOR MUDAR PARA



No Gráfico 19 podemos ver que 50% dos sujeitos vendedores acham que é melhor mudar o valor para mais, este fato possivelmente se dá também pela submissão à autoridade dos adultos e também pela necessidade que têm de garantir sua subsistência. Outros 40% concordam em deixar o mesmo valor e 10% dos vendedores acham melhor diminuir o preço. Dentre os sujeitos não vendedores 40% acredita que é melhor vender por mais, 20% por menos e 40% pensa que deve ficar o mesmo valor. É possível notar que os sujeitos vendedores sempre apresentam maior porcentagem em relação a aumentar o preço, isto se dá, como já dissemos, possivelmente devido a sua prática diária com a venda e porque usam o dinheiro para sobreviverem. Podemos inferir que estes sujeitos vendedores entendem que a função da venda é conseguir algum benefício (DELVAL, DÍAZ-BARRIGA, HINOJOSA, e DAZA, 2006).

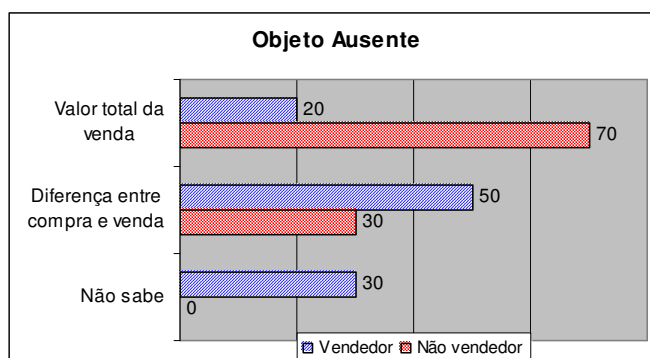
GRÁFICO 20 – PREÇO DE CUSTO EM RELAÇÃO AO DE VENDA



A partir do Gráfico 20 vamos verificar como os sujeitos vendedores e não vendedores percebem o movimento de compra e venda em relação ao produto ausente (lápiz e bola)

No gráfico abaixo vemos que dos sujeitos vendedores, 20% declara que o preço de compra deve ser maior que o de venda, 70% que deve ser menor e 10% diz que deve ficar igual. Já com os sujeitos não vendedores encontramos que para 40% o preço de compra deve ser maior que o de venda, 30% que pode ser menor e 30% que deve permanecer como está. Outra vez notamos que os sujeitos vendedores mostraram que sabem que se deve comprar por menos e vender por mais como verificam outros estudos (OTHMAN E STOLTZ, 2005A, 2005B; PIECZARKA E STOLTZ, 2005). Comparando as porcentagens do objeto presente e objeto ausente podemos perceber que há pouca diferença o que demonstra que possivelmente há uma certa transferência da sua ação com a compra e venda do lojista hipotetizado.

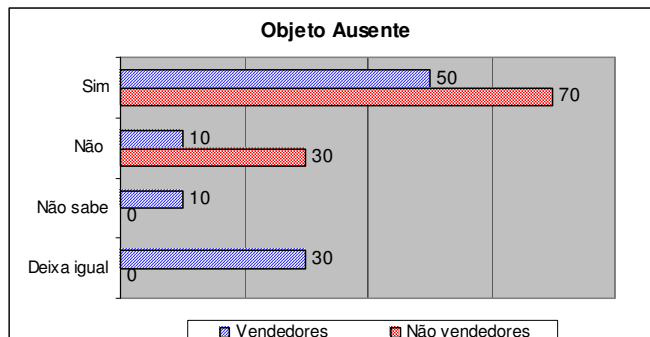
GRÁFICO 21 - QUANTO GANHAM



Temos, no Gráfico 21, dados que revelam que 20% dos vendedores acreditam que o lojista ganha o valor total da venda, 50% ganha a diferença entre o preço de compra e o de venda e 30% não sabe quanto lojista ganha. Em relação aos sujeitos não vendedores, 70% afirma que o lojista ganha o valor total da venda e 30% que ele ganha a diferença entre estes valores. Percebemos que os sujeitos não vendedores, na grande maioria, desconhecem que o que se ganha na venda é a diferença de preço de compra e venda, fato que é comum em crianças e adolescentes que não têm prática com a venda (DELVAL e ECHEÍTA, 1991).

Observando o resultado do objeto presente com o objeto ausente, notamos que os sujeitos vendedores apresentaram pequenas variações de porcentagem. Parece-nos que se mantém uma certa correspondência entre sua ação e a do lojista. Possivelmente isto se dá devido a sua experiência. Já com os sujeitos não vendedores houve uma grande diferença de porcentagem.

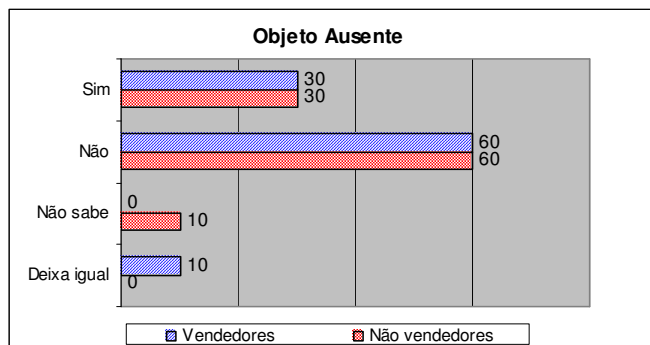
GRÁFICO 22 – PODEM MUDAR O VALOR PARA MAIS?



Neste Gráfico 22 destacamos a possibilidade de aumentar o valor do objeto ausente. Para 50% dos sujeitos vendedores, o lojista pode aumentar o valor de seu produto, 10% acha que não, 10% não sabe opinar e 30% acha que o lojista deve deixar o mesmo valor. Já 70% dos sujeitos não vendedores afirmam que ele pode mudar para mais e apenas 30% diz que não. Este dado revela possivelmente que, nos sujeitos vendedores, já está acomodada a informação que se deve vender por mais. Ao analisar os dois gráficos percebemos que os sujeitos não vendedores permanecem com a mesma opinião em relação à possibilidade de aumentar o preço da mercadoria tanto a sua como a do lojista. Já os sujeitos vendedores demonstraram uma certa variação de respostas quanto a esta prática. A hipótese que Delval (2002) aponta para este fato é a de que o lojista pode praticar o preço que deseja (ver p.60 deste trabalho).

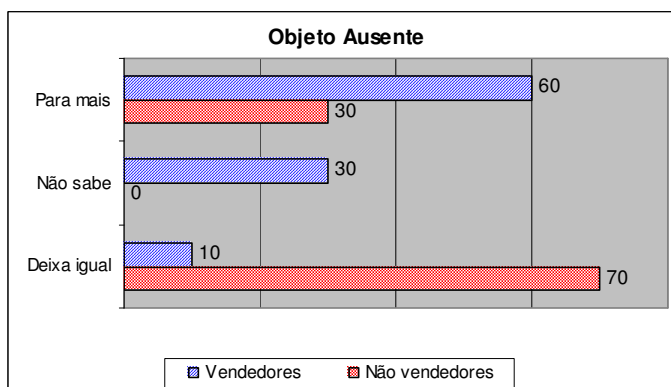
Por outro lado, lembramos que o preço de venda no caso dos sujeitos vendedores é estabelecido pelo adulto que, muitas vezes, castiga a criança ou adolescente que não trouxe determinada quantia como produto da venda. Este contexto autoritário não favorece a reflexão. No momento em que evocamos uma situação hipotética, e não concretamente vivida, houve maior possibilidade de reflexão e abstração.

GRÁFICO 23 – PODEM MUDAR O VALOR PARA MENOS?



No Gráfico 23 observamos que 30% de cada grupo concorda com a diminuição do valor do produto, 60% não concorda. Já em relação a deixar o mesmo preço, apenas 10% dos vendedores concordam com este fato e 10% dos não vendedores não sabe opinar. Em relação à possibilidade do lojista diminuir o preço de sua mercadoria houve maior equivalência percentual entre os dois grupos. Interessante destacar que nesta mesma questão, em relação ao objeto presente, foi onde houve maior divergência de opinião. Este, sem dúvida, é um dado que merece ser investigado.

GRÁFICO 24 – É MELHOR MUDAR PARA:



No Gráfico 24 notamos que 60% dos sujeitos vendedores afirmam que para o lojista é melhor aumentar, 30% não sabe responder o que era melhor o lojista fazer e 10% dos vendedores acha que é melhor para o lojista deixar o mesmo valor. Já 40% dos não vendedores acreditam que é melhor mudar para mais e 60% não sabe o que é melhor. Podemos inferir que para a maior parte dos sujeitos vendedores é

mais interessante aumentar o valor do seu produto, visto que precisam obter benefícios com sua ação (OTHMAN e STOLTZ 2005a, 2005b; PIECZARKA e STOLTZ, 2005; DELVAL, DÍAZ-BARRIGA, HINOJOSA, e DAZA, 2006). Observa-se que em relação ao objeto presente os dados percentuais apresentam-se diferenciados quando comparados ao objeto ausente. A maioria dos sujeitos não vendedores não sabe o que o lojista deve fazer. Como vemos em Delval e Echeíta (1991), as crianças quanto mais se afastam da sua realidade, do seu contexto, mais dificuldade têm de entender tão difícil noção.

6.4 DISCUSSÃO GERAL

Depois de todas essas análises, utilizando alguns elementos da pesquisa quantitativa, como as tabelas e os gráficos, que nos apontaram dados importantes que contribuíram enormemente para nosso trabalho, observamos que os sujeitos vendedores, possivelmente devido a sua atividade prática com a venda, sabem precocemente que se deve comprar por menos e vender por mais, que se ganha a diferença entre o preço de compra e venda, de que é melhor aumentar o preço do produto e que não é interessante diminuir este preço. Diante destes dados há indicativos de que, de uma forma geral, as crianças e adolescentes vendedores têm uma melhor compreensão da noção de lucro do que as crianças e adolescentes não vendedores.

Partindo do princípio piagetiano de que a tomada de consciência é entendida como a passagem do 'saber fazer' para o 'compreender', fato que necessariamente envolve um mecanismo interno de ação onde o "fazer é compreender em ação uma dada situação em grau suficiente para atingir os fins propostos, e compreender é conseguir dominar, em pensamento, as mesmas situações até poder resolver os problemas por elas levantados, em relação ao porquê e ao como das ligações constatadas e, por outro lado, utilizadas na ação" (PIAGET, 1974/1978b, p.176). A partir deste princípio, buscamos verificar, numa análise mais minuciosa das entrevistas, observando bem a justificativa das crianças e adolescentes vendedores e não vendedores, o processo de conceituação, que ocorre a partir de sua ação com a venda, até a tomada de consciência da noção de lucro.

Segundo Piaget (1974/1978a, p. 208) há três níveis de conhecimento que são sucessivos, têm uma hierarquia, embora possam apresentar uma defasagem cronológica em relação à sua evolução. Primeiramente há um nível de conhecimento que é o do fazer sem conceituação. A criança ainda não consegue conceituar, há um sistema de esquemas que constitui um saber muito elaborado em relação à ação. As construções que levam à capacidade de coordenação ainda estão distantes da consciência do sujeito.

Observando as falas dos sujeitos menores, podemos notar que não sabem explicar sua opinião, nem quanto o lojista ganha com sua atividade. Em várias ocasiões dão respostas equivocadas, e não percebem a contradição entre o que fazem e o que dizem porque acreditam que a realidade à sua volta tem uma ordem sem contradição, por isso não sentem necessidade de justificá-las.

O que caracteriza as respostas deste primeiro nível é que revelam a centração própria do pensamento egocêntrico. Segundo Piaget (1965/1973) a criança nesta fase interpreta a realidade a partir do seu ponto de vista, porque é regulada pelo egocentrismo. Os sujeitos têm dificuldade em considerar o outro, por isso, não consideram os diversos aspectos da realidade que os cerca. Por serem egocêntricos, não conseguem explicar a realidade tal como ela é, limitando-se a caracterizá-la como a vêem. Estes sujeitos apresentam características próprias do pensamento intuitivo ou pré-operatório.

Em relação à reposição da mercadoria, eles referem-se apenas ao contexto mais próximo da sua realidade, inclusive, como no exemplo a seguir, sugerindo uma escola como fonte de mercadoria. A loja existe para que as pessoas comprem o que desejem, e pode fechar caso acabem as mercadorias. Essas crianças têm dificuldade em entender a existência do distribuidor e do fabricante, porque só percebem o que é próximo e visível. Estes fatos possivelmente se dão em ambos os grupos porque não possuem experiências suficientes, nem, com o objeto, nem com o social e também não têm elementos intelectuais desenvolvidos para entenderem o que fazem e, conseqüentemente, conceituar a ação.

Neste nível o sujeito age, mas não conceitua o que faz. Assim a ação precede o pensamento, quer dizer que, na prática, no saber fazer, a criança faz, porém, se for solicitada a explicar como chegou a tal resposta não consegue, pois ainda não tem consciência dos meios utilizados, “assim, tomar consciência não

consiste simplesmente em projetar luz sobre noções já completamente elaboradas. A tomada de consciência é uma reconstrução, e, portanto, uma construção original sobrepondo-se às construções devidas à ação. Como tal está necessariamente em atraso sobre a atividade propriamente dita” (PIAGET, 1932/1977, p.154).

Seguem extratos de protocolos para que possamos verificar os avanços e os limites das crianças vendedoras e não vendedores no processo da tomada de consciência da noção de lucro.

Sujeitos vendedores

Ivo 5;6 - Você acham melhor vender por mais, por menos ou deixar igual? *Igual*. Por quê? *A mãe disse*.

Mas você falou pra mim que o Adriano compra por R\$ 3,00 e vende por R\$ 3,00 e ganha dinheiro? *Não sei*. Mas o que você pensa assim na sua cabeça? *Não sei*.

Se você vai no Adriano comprar e não tem mais, o que você acha que ele faz? *Não sei o que ele faz. Vou em outro lugar comprar*. E se lá acabou também? O que você faz? *Pegam mais lápis*. Onde eles pegam mais? *Eles vão de carro*.

Vini 6;2 - Quanto você acha que ele paga lá no outro lugar. *Paga R\$ 1,00*. Paga R\$ 1,00 e vende pra você por R\$ 0,25? *Não*. Por quanto ele vai vender pra você? *Por R\$ 1,00*. Ele vai comprar por R\$ 1,00 e vai vender por R\$ 1,00 pra você? *Uhum (balança a cabeça afirmativamente)* Ele vai ganhar dinheiro com isso? *Não sei*.

Um menino que tava vendendo balinha, disse pra mim que se compra por R\$ 1,00 e vende por R\$ 1,00 ele não ganha dinheiro. Ele tá certo? *Tá*. Por que você acha que ele tá certo? *Porque sim*. Porque sim? Mas o que passa assim na sua cabeça, porque ele não ganha dinheiro? *Não sei*.

Jane 7;11 - Pode vender por mais (o lojista vende por R\$ 0,50)? *Acho que não*. Por quê? *Porque fica caro, ninguém compra*.

Será que eles poderiam comprar em algum outro lugar? *Aham*. Poderiam? Onde será que

Sujeitos não vendedores

Bia 5;6 - É melhor vender por mais ou por menos ou ficar igual? *Igual*. Por quê? *Não sei*.

Ah, e quanto será que ele paga lá? Quanto você acha? *R\$ 10,00*. Lá na fábrica ele paga R\$ 10,00 e vende pra você por? *R\$ 5,00*. E ele ganha dinheiro? *Ganha*. Quanto ele ganha? *(Ela pensa um pouco) Acho que 10*. Você acha que ele ganha R\$ 10,00? Ele compra por R\$ 10,00, vende pra você por R\$ 5,00 e ganha R\$ 10,00? *(balança a cabeça afirmativamente) É*.

E se lá naquela loja, você chegou e não tem mais borracha. Onde será que ele vai conseguir mais borracha? *Acho que na outra loja*. E naquela outra loja também acabou, onde você acha que vão conseguir outra borracha? *Ah, numa escola que tem borracha*.

Lara 6;2 - Ele vendeu pra você por R\$ 60,00, ele ganha? *(balança a cabeça afirmativamente)* Quanto ele ganha? *R\$ 60,00*.

Se eles vendem pra você por R\$ 0,40, lá na fábrica de borracha quanto será que eles pagam? *(ela não responde)* Você acha que mais de R\$ 0,40 ou menos de R\$ 0,40? *Mais*. Eles pagam mais de R\$ 0,40 e vendem pra você por R\$ 0,40 e ganham dinheiro? *Uhum*. Quanto? *0,40*.

Juca 7;3 - Pode vender por R\$ 20,00 (vende por 11,00)? *Pode*. Por quê? *Não sei*

Você chega lá e fala: eu quero uma bola, eu quero uma bola, e não tem bola. Onde você acha

eles poderiam comprar? *Numa loja, num mercado.* E quanto você acha que eles pagam? *Ah, R\$ 0,20, R\$ 0,30.* Por quê? *Porque sim. Eles pagam mais barato daí.*

que ele pode conseguir mais bola? *Num cara que faz bola.* E quanto você acha e ele vai pagar nesta bola? Lá naqueles homens que fazem bola? *R\$ 11,00.* Ele vai pagar R\$ 11,00 na bola e vai vender por R\$ 11,00. Ele vai ganhar dinheiro? *(balança a cabeça afirmativamente).* Vai? Quanto ele vai ganhar? *11.*

Digo 8;3 - Você sabe quanto que custa esse chiclete lá no mercado? *R\$ 0,05 cada um.* E por quanto você vende? *R\$ 0,10*

Dudu 8;6 - Você sabe quanto você pagou então nessa borracha? *Não.* Quanto você acha que você pagou nessa borracha? Você vende ela a R\$ 1,00 pra mim. Quanto você acha que você pagou nela? *Acho que ..., uns R\$ 3,00.*

Digo 8;3 - Você pode vender por quatro centavos? *Não.* Porque que não pode? *Muito pouco.*

Dudu 8;6 - Pode vender por menos? *Não* Por quê? *Porque daí só ia dar meia borracha.*

O segundo nível refere-se à possibilidade de conceituação, que pega seus elementos da ação a partir de suas tomadas de consciência, acrescentando-lhes tudo o que comporta de novo o conceito em relação ao esquema. Aqui, o que caracteriza o movimento de interiorização é o fato de ele ser marcado primeiramente por um processo geral de tomada de consciência das ações materiais através de representações semiotizadas, ou seja, por meio da linguagem, imagens mentais, etc. Há neste segundo nível uma alternância entre a ação e a conceituação.

Percebemos nas respostas enquadradas no nível II, que os sujeitos lentamente começam a perceber os aspectos menos aparentes que passam a ser considerados em suas explicações. Inicia-se também uma diferenciação entre as respostas dos sujeitos vendedores e não vendedores. Nos sujeitos não vendedores as respostas, repletas de fabulações e de informações, ainda apresentam justificativas elementares, que se dão de forma confusa e rudimentar e revelam a grande dificuldade que têm para entender e ligar os diversos elementos envolvidos no lucro. As respostas dos sujeitos vendedores são mais pontuais e ainda rudimentares, embora deixem transparecer que sabem que o preço de compra é inferior ao de venda enquanto os não vendedores pensam o contrário. Começam a entender a escassez da mercadoria e que se pode adquirir mais, caso elas acabem. A loja existe para que as pessoas comprem, mas também tem a função de ganhar dinheiro. A fábrica é mais citada do que o distribuidor, evidenciando a dificuldade de entender a rede de distribuição da mercadoria. A partir deste nível, em muitos

momentos, começa-se a perceber as contradições no raciocínio dos sujeitos, mas eles não são capazes de elaborar uma idéia mais realista sobre a situação proposta.

Para Piaget (1932/1977; 1947/1958; 1964; 1974/1978a; 1998), com o fim do egocentrismo e o pensamento operatório estabelecido, o sujeito tende a deixar seu ponto de vista um pouco de lado e começa a coordená-lo aos demais em um sistema de reciprocidades, há um início de descentração. Esse fato capacita o sujeito a organizar um número cada vez maior de situações, dando a suas explicações uma forma mais objetiva; entretanto, permanecem presos a situações concretas. Os sujeitos deste nível apresentam características do período operatório-concreto.

O fato dos sujeitos vendedores saberem que se deve vender por mais, possivelmente é devido a sua prática diária com a venda e a necessidade de auxiliar sua família com renda. Podemos dizer também que devido ao seu ambiente cultural mais escasso de informações e sua situação sócio-econômica que não lhes possibilita a ultrapassagem do seu meio restrito de conhecimento, eles não conseguem perceber a contradição no que dizem. Como vemos em STOLTZ (2005) “O conflito é necessário para que o sujeito perceba a insuficiência do que sabe em relação ao que se lhe apresenta e se dedique a uma atividade mental que leve ao ajuste e modificação da estrutura do sujeito ao objeto novo por conhecer.” (p. 151)

Há indicativos de que outro ponto determinante do retardo da tomada de consciência é a coerção que sofrem dos adultos em relação à atividade de venda. Podemos notar claramente este fato com a justificativa do sujeito vendedor Tom 10;11, que diz que pode ser punido fisicamente pelo adulto se não levar a quantia estipulada no final do dia. Esta coerção exacerbada inibe o sujeito quanto à reflexão, e quanto à percepção de contradições entre o pensamento e a ação. Também retomamos o caso do Duda 11;1 que infelizmente se sujeita a humilhante situação de pedir dinheiro para completar a meta do dia-a-dia. Estes sujeitos não conseguem ultrapassar o fazer, o que possivelmente dificulta a tomada de consciência da noção de lucro. Vale ressaltar que estes sujeitos enquadram-se ainda no nível das ações. Os citamos para comparar suas justificativas com sujeitos de mesma idade, embora com experiências e interações diferentes.

Já com os não vendedores, possivelmente também por terem acesso a um meio cultural que lhes possibilita mais informações, começam a justificar suas

respostas, utilizando-se de conhecimentos variados, embora nem sempre corretos, mas que vão lentamente sendo coordenados com os esquemas que já possuem, o que é importante para a tomada de consciência.

Seguem extratos de protocolos para que possamos verificar os avanços e os limites de crianças vendedoras e não vendedoras no processo da tomada de consciência da noção de lucro.

Sujeitos vendedores

Lia 9;6 Pode vender por R\$ 0,50? *Não.* Por quê? *Porque daí eu não ganho nada.*

E o que eles vão fazer com o dinheiro que eles ganham lá? *O que eles quiserem.* Mas o que será que eles podem querer? *Sei lá, comprar comida.*

E se lá no seu Joaquim acabou os lápis, o que você acha que ele faz? *Fala que não tem, daí eu não compro.* Será que ele não consegue lápis pro outro dia? *Consegue.* Aonde você acha? *Na fábrica.* E quanto você acha que ele paga na fábrica? *Uns R\$ 0,10.*

Tom 10;11 - Pode vender por menos (vende por 1,00)? *Não.* *Tem que levá pra minha vó senão ela me bate.* Quanto você junta no dia? *Vintão.* Não pode chegar em casa com dezão? *Não.* Por quê? *Minha vó me bate.*

Liga pra doceria, e quanto você acha que custa um lápis lá? *Lá na doceria? Cada um? É. Cada*

Sujeitos não vendedoras

Sol 9;3 - Pode vender por R\$ 0,05 (vende por R\$ 0,50)? *Por 0,05 eu acho que é pouco. Mas se fosse uma borrachinha pequenininha, eu acho que dava.*

O que você acha que o homem lá onde você compra faz com o dinheiro? *Com certeza... depende, porque se ele tiver filhos ele vai alimentar os filhos, se ele tiver mulher, ele vai cuidar da mulher, se ele tiver mãe, ele vai comprar remédio pra mãe. E...Se ele for sozinho ele vai querer compra comida pra ele, uma roupa pra ele, um sapato pra ele, coisas assim.*

E se acabam as bolas na loja dele, o que você acha que ele faz? *Eu acho que..., se ele tiver como é no mercado, a maioria dos mercados tem uma fábrica que fabrica pra eles. Então eu acho que..., que ele vai na fábrica e pega o tanto de bolas que ele precisa. Ah, ele vai lá e pega. Ele não precisa pagar? Não porque a fábrica é dele. E a fábrica gasta pra fazer a bola ou não? Gasta. Quanto você acha que uma fábrica gasta pra fazer uma bola. Para o plástico que é do látex de uma árvore..., para cortar precisa pagar pras pessoas que cortam a árvore. Deve ser uns R\$ 20,00. Depois pra..., comprar os materiais certos pra máquina que faz as bolas trabalhar, eu acho que mais uns R\$ 30,00. Mais ainda pra colocar a tinta eu acho que custaria mais uns... R\$ 5,00, e depois a bola ficaria pronta.*

Davi 10;1 - E quanto você acha que custa esta borracha lá na fábrica? *Ai... por uns... R\$ 0,50.* Então lá na fábrica você paga R\$ 0,50, e vai vender pra mim por R\$ 0,20. você ganha dinheiro com isso? *Ganho.* Quanto você ganha? *20.* Você pode vender a R\$ 0,70? *Posso.* Por que você pode? *Ah, porque vai ganhar mais dinheiro, daí posso comprar mais borrachas*

Você acha é melhor pro dono da loja, vender por R\$ 70,00 ou por R\$ 40,00? *Por R\$ 70,00.* Por

um... na doceria... lá... é R\$ 0,20 também. R\$ 0,20 também? E ele pode vender por R\$ 0,20 pra você? Não. Por que não pode? Diz pra mim assim na sua cabeça o que você acha? É, ta escrito assim: não pode vender por R\$ 0,20.

Duda 11;11 - Por menos pode (vende por R\$ 1,00). Por quanto você pode vender? *Até por R\$ 0,50.* Até por R\$ 0,50 você pode vender. *Não, mas quando eu faço outros R\$ 0,50, eu ganho outro R\$ 0,50 daí dá.* Como você ganha outro R\$ 0,50? *Ponho R\$ 0,50 em cima daí intera R\$ 1,00.* Você pode vender pra mim por R\$ 0,50? *Posso. Só que eu não tenho outros R\$ 0,50.* Ah, e de onde você tira este outro R\$ 0,50? *Ah, eu peço. Preciso juntá R\$ 20,00.* Ah, então se você vende por R\$ 0,50 alguém tem que lhe dar dinheiro pra você... *Interá.* Ah? *Pra mim interá.* E os outros R\$ 0,50 você consegue como? *Eu peço.*

Duda 11;11 - E lá na fábrica aonde eles vão comprar, a fábrica paga pra fazer a balinha? *Não, ela faz lá.* Como? *Não custa nada pra ela fazer.*

quê? *Porque daí ele ganha mais.* Quanto ele ganharia daí? *R\$ 70,00.* Ele pagou R\$ 50,00, vai vender por R\$ 70,00, quanto ele ganha? *Ele ganha R\$ 70,00.*

Lipi 11;0 - Pode vender por R\$ 9,00 (vende por 16,00)? *Pode mais é desinteresse dele, ele não vai ganhar tanto porque o gráfico vai aumenta, mais só que o dinheiro dele vai diminui. Se tá vendendo por 16,00, que é um preço bom, ele abaixou pra 9,00.* Que gráfico? *O gráfico da popularidade dele, da loja.* Pode vender por R\$ 25,00 (vende por 16,00)? *(balança a cabeça afirmativamente)* Por quê? *A bola de futebol pode ser boa, e ele ganha mais dinheiro. É também a situação muito complicada, ele não pode aumentar muito o preço.* Por quê? *Porque se não daí o... o... tipo ela tem um gráfico, o gráfico dela daí vai diminui, porque se ela tá vendendo mais caro, as pessoas vão, vão deixar de comprar.*

Lipi 11;0 - Acabou a bola. Onde o dono da loja consegue mais bolas pra por na loja dele? *(ele pensa um pouco).* *É numa loja tipo que vende material pra fazer as coisas.* Ah... mais eles que fazem as bolas? *Não. Ele compra o material, pode ser num sábado, quando não tá tudo fechado ainda, ele vai lá e compra. Daí, no domingo, no dia de folga dos trabalhadores, ele chega lá, pega todo o material e dá pros trabalhadores fazerem as bolas ou reformar.*

O terceiro nível, das abstrações refletidas, consiste em operações de segunda potência. São operações novas, mas realizadas sobre operações anteriores, o que mostra se tratar uma vez mais de abstrações a partir do nível precedente, mas enriquecidas por novas combinações até então não realizadas. Nesse novo nível a situação se modifica, pois, a tomada de consciência torna-se uma reflexão do pensamento sobre si mesmo. A partir dos 12 anos fica evidente que os sujeitos não vendedores ultrapassam os vendedores na tomada de consciência da noção de lucro, visto que a tomada de consciência não é apenas ter 'êxito numa ação', mas sim 'compreender o problema' (PIAGET 1974/1978a).

Observa-se, no nível III que o sujeito, que até então se centrava apenas nos resultados figurativos da ação, volta seu pensamento para o todo, ou seja, para o processo. Pode-se dizer que se estende o processo de descentração. O sujeito não vendedor percebe o processo de lucro de forma mais elaborada, organizada e

coerente, tornando-se capaz de construir sistemas explicativos que lhes permitem interpretar fatos envolvidos na ação de compra e venda que vão bem além do visível. Os sujeitos mostram nas argumentações uma coerência entre os fatos observados e informações recebidas do meio, levando em conta inclusive aqueles aspectos mais abstratos, não presentes na transação da venda como funcionários, salário, despesas, investimentos, estoque, entre outros. O lojista trabalha para ele sustentar a família, continuar seu comércio e comprar coisas que deseja. Somente os sujeitos mais velhos não vendedores demonstraram uma tomada de consciência da noção de lucro, e suas justificativas refletem uma coordenação dos fatos. O grau de compreensão alcançado nesse nível parece estar associado às estruturas do pensamento formal.

Os sujeitos vendedores não têm uma tomada de consciência tão elaborada como os sujeitos não vendedores, o que causa surpresa visto que os sujeitos vendedores mais novos apresentam resultados ligeiramente superiores aos não vendedores no que se refere a saber que se deve vender por mais do que se compra, que o que se ganha é a diferença entre o valor da compra e o da venda, que se deve aumentar o preço da mercadoria. Os adolescentes vendedores parecem permanecer ainda num egocentrismo que não permite que avancem. Como afirma Piaget “a criança pode permanecer muito tempo egocêntrica (por falta de consciência do eu), embora participando, sob todos os aspectos, da consciência dos outros; só o conhecimento de nossa natureza individual, com suas limitações como seus recursos, nos torna capazes de sair de nós mesmos para colaborar com cada um.” (1932/1977, p. 341) Por isso, podemos dizer que eles ainda não atingiram o nível da abstração reflexiva. Há indicativos de que se relaciona a sua prática orientada pela ação coercitiva e para a garantia de sua sobrevivência. Outro aspecto a ser considerado é a maior interação de conhecimentos obtidos na escola e no contexto em um sistema por parte dos não vendedores. O que deve estar relacionado ao estímulo do desenvolvimento da reflexão crítica. No entanto, outros estudos necessitam ser realizados para confirmar tal contribuição. Não encontramos nenhum sujeito vendedor pertencente ao nível III.

Seguem extratos de protocolos para que possamos verificar as diferenças nas respostas dos sujeitos vendedores e não vendedores no processo da tomada de consciência da noção de lucro.

Sujeitos vendedores

Zé 12;11 E o que você faz com o dinheiro? *Do pra minha mãe.*

É melhor pra eles vender por mais de R\$ 0,15 ou por menos de R\$ 0,15 ou pelo mesmo R\$ 0,15? *Por mais.* Por quê? *Porque ele sai ganhando.* Você sabe o que eles fazem com o dinheiro que eles ganham? *Não sei.*

Rafa 13;1 - O que você faz com o dinheiro que você ganha? *Do pra mãe.*

Rafa 13;1 - O que será que eles fazem com o dinheiro que eles vendem? *Guardam o dinheiro.*

Rafa 13;1 - O que é lucro? *Ganhar dinheirinho a mais, ué. Ele comprou a R\$ 0,10 e deve vender por mais ué. Uns R\$ 0,10, R\$ 0,20.*

Rafa 13;1 - O que você acha que o dono da banca faz com o dinheiro? *Guarda né.*

Beto 14;7 - Você pode mudar o valor dessas balinhas? *Se quiser eu posso.* Por quê? *Porque, tipo, eu mesmo que faço pra mim vende. Ai não tem ninguém que fala pra mim aumentá ou diminui o preço.*

O que você faz com o dinheiro se vende tudo. *O dinheiro eu junto, guardo, compro roupa, arrumo minha bicicleta. Guardo meu dinheirinho e vou investindo em roupa, acessórios, em coisas que eu uso.*

Sujeitos não vendedores

Luca 12;0 Se eu comprar toda a sua mercadoria o que você vai fazer com o dinheiro? *Eu vou comprar mais, e o que sobrar eu vou levar pra minha casa. Porque eu sou o dono da loja. Vou levá pra minha casa pra comprar alimentos, essas coisas.*

E o que ele faz com o dinheiro que ele vende? *Ele compra mais pra ter estoque pra vender, e o resto ele paga os empregados, o que sobra leva pra casa pra comer, pra educa os filhos, presente pros filhos, presente pra mãe, essas coisas.*

Ana 13;6 - Se eu comprar toda a sua mercadoria, o que você vai fazer com esse dinheiro? *Eu junto tudo pra compra mais. Mais lápis e borracha.*

Ana 13;6 - O que você acha com o dinheiro da venda das borrachas deles? *Eu acho que eles investem mais pra fabricar mais e pra pagar os funcionários e tal, e tudo. Todas as despesas que tem.*

Ana 13;6 - O que é lucro que você ta toda hora falando? *Lucro é tirar sua partezinha do que eles estão vendendo, né? Porque se eles vão lá e compram a bola de uma fábrica, eles pegam e vendem. E daí eles tem que tirar tipo, eles tem que pagar as bolas que eles compram e assim tirar o lucro pra eles assim, pro supermercado.*

Ana 13;6 - O que você acha que o dono do mercado faz com o dinheiro que ele ganha com a venda da bola? *Eu acho que ele paga as bolas que ele comprou de outro lugar e...ele junta e... ah eu acho que ele usa no supermercado, investe mais pra ter mais coisas pra vender.*

Guto 14;9 - Você pode vender por outro preço? A borracha você pode vender por R\$ 0,50? *Sim.* Pode? *Assim, tipo, menos pessoas vão comprar.*

Se você vender toda a sua mercadoria, o que você vai fazer com o dinheiro? *Comprar outras pra poder vender e pegar o que vai ser o meu salário.*

Eles podem vender por menos de R\$ 3,00? *Não.* E podem vender por mais de R\$ 3,00? *Pode.* Por quê? *Porque aí ele vai saindo ganhando, e ninguém quer sair perdendo, né?*

O que você acha que ele faz com o dinheiro que ele ganha? *Ele vai compra coisas...*

E por R\$ 0,20, eles podem vender? *Podem.* Por quê? *Porque o lucro deles seria maior, só que teriam poucos clientes daí.*

E o homem da distribuidora, o que você acha e ele faz com o dinheiro? *Ele emprega pra produzir as borrachas, que ele gasta na manutenção das máquinas, tudo.*

Após a análise dos resultados, notamos que há entre as diversas respostas fornecidas pelos sujeitos tanto vendedores como não vendedores, uma organização complexa e evolutiva, seguindo um caminho bem semelhante aos descritos nos estudos com enfoque construtivista sobre a noção de lucro, envolvendo a construção do conhecimento econômico (JAHODA, 1983; BERTI E BOMBI, 1988; DELVAL E ECHEÍTA, 1991; DELVAL, 1994, 1999, 2002; DELVAL E PADILLA, 1999; DELVAL, DÍAZ-BARRIGA, HINOJOSA E DAZA, 2006; DAROZ, STOLTZ, 2003; OTHMAN, STOLTZ, 2003, 2004, 2005a, 2005b; OTHMAN, DAROZ, STOLTZ, 2004; PIECZARKA, STOLTZ, 2005; STOLTZ, 2004, 2005a, 2005b, 2006).

Os sujeitos não se limitam a reproduzir as informações que recebem do ambiente, mas as reelaboram dentro de sua particular compreensão da realidade social, seguindo o mesmo percurso identificado na compreensão do mundo social, nos trabalhos fundamentados no construtivismo piagetiano. O conteúdo dessas pesquisas evidencia que os sujeitos até por volta do início da adolescência não compreendem a noção de lucro.

De uma forma geral, as diferentes respostas dadas pelos dois grupos de sujeitos evidenciam que, à medida que a maturação, a interação social e as experiências se ampliam, surgem novas possibilidades de reflexão sobre o meio, e aumenta a capacidade da criança e do adolescente para integrar as observações do ambiente, o que faz com que suas explicações sobre o lucro se tornem mais consistentes, embora percebamos que nos sujeitos vendedores há um atraso em relação à compreensão geral da noção de lucro. Observamos que, embora as respostas que revelam um maior nível de compreensão apareçam mais nitidamente nos sujeitos não vendedores mais velhos, essa diferença é intrigante, pois, quando menores, suas respostas denotam menor compreensão e, numa fase intermediária, muita fabulação.

Como hipótese explicativa podemos dizer que este fato também está relacionado ao maior número de informações que os sujeitos não vendedores têm acesso e, por estarem expostos por mais tempo às influências do meio social encontrarem maiores possibilidades de construir as ferramentas psicológicas necessárias para atuar no mundo social e compreender as questões que lhes apresentam. Podemos dizer que o fator social está relacionado ao avanço ou o retardo desta refinada noção, pois por meio da coerção e da cooperação o sujeito pode vir a seguir mais sua própria autoridade ou ficar preso à autoridade do outro (PIAGET 1932/1977). Em relação aos sujeitos vendedores verificamos que estes estão submetidos à coerção do adulto, vendem com objetivo de levar no final do dia uma quantia determinada, à sua família. Vivem num contexto social onde o acesso aos bens da cultura é precário.

Partindo desta análise podemos identificar três níveis em relação à tomada de consciência da noção de lucro: num primeiro nível enquadram-se os sujeitos vendedores Ivo 5;6, Vini 6;2, Jane 7;11, Digo 8;3, Tom 10;11 e Duda 11;11 e os não vendedores Bia 5;6, Lara 6;2, Juca 7;3, Dudu 8;6. Em um segundo nível encontramos os seguintes sujeitos vendedores: Lia 9;6, Zé 12;11, Rafa 13;1 e Beto 14;7 e os não vendedores: Sol 9;3, Davi 10;1, Lipi 11;0. No terceiro nível verificamos os seguintes sujeitos não vendedores: Luca 12;0, Ana 13;6, Guto 14;9. Assim, observamos que os sujeitos menores apresentam-se com noções semelhantes, tanto os vendedores quanto os não vendedores desconhecem a noção de lucro. Numa fase intermediária os sujeitos vendedores sabem que devem vender por mais do que pagaram, mas não justificam adequadamente o porquê. Já os sujeitos não vendedores às vezes afirmam que podem vender por mais, outras vezes dizem que podem vender por menos e as justificativas às vezes são adequadas, outras não. Entretanto, chegando na adolescência, os sujeitos não vendedores de nosso estudo ultrapassam os sujeitos vendedores, dando indicativos da compreensão da noção de lucro.

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo teve como objetivo principal investigar qual a compreensão da noção de lucro em crianças e adolescentes vendedores e não vendedores do município de Curitiba.

As respostas dos sujeitos, de diversas idades, às questões formuladas a respeito do lucro, demonstram que a compreensão dessa noção não se limita a uma apreensão imediata, nem a uma reprodução de informações que lhes são transmitidas e inculcadas pelo meio social, ao contrário, implica em um processo criativo e construtivo de reelaborações e equilibrações, resultante de progressivas abstrações e coordenações entre ações reais ou possíveis como vemos em Delval (1994).

Esses resultados, analisados sob a ótica da teoria piagetiana, possibilitam inferir que os sujeitos que participaram deste estudo, seguem o mesmo caminho evolutivo encontrado nos estudos sobre o conhecimento social realizados por Strauss (1952), Jahoda (1979, 1981, 1983), Furth (1980), Danzinger (1958) Delval e Echeíta (1991) Delval e Padilla (1999) e Delval (1989, 1991, 1994, 1999, 2002); Delval, Díaz-Barriga, Hinojosa e Daza, (2006); D'aroz, Stoltz, (2003); Othman e Stoltz, (2003, 2004, 2005a, 2005b); Othman, D'aroz e Stoltz (2004); Pieczarka e Stoltz, (2005); Stoltz, (2004, 2005a, 2005b, 2006). O conhecimento social evolui de um pensamento centrado nos aspectos concretos e diretamente observáveis a uma capacidade cada vez mais ampliada para fazer inferências e captar transformações não visíveis e relacionadas aos processos sociais. Esses estudos também se assemelham quando ressaltam o papel ativo do sujeito na construção de conhecimentos. Os referidos autores apontam que as representações elaboradas pela criança, ao longo do seu desenvolvimento, são frutos de perguntas que ela própria elabora sobre o mundo que a rodeia, e de explicações recebidas do exterior e elaboradas por ela sobre o que observa Delval (1989, 1994, 2002).

As pesquisas citadas destacam o papel que o meio social tem na construção do conhecimento, revelando que o conteúdo das explicações dos sujeitos pode variar, pois dependem, essencialmente, dos elementos do ambiente e da cultura em que vivem, mas a forma de organizar esses dados é semelhante.

Neste estudo não foi possível confirmar a primeira hipótese de que a criança e o adolescente vendedores que participam do processo de compra, venda e atribuição do preço, compreendem a noção de lucro da mesma forma que as crianças e adolescentes não vendedores. O que verificamos é que, quando bem pequenos, tanto os vendedores quanto os não vendedores, não compreendem a noção de lucro. Numa fase intermediária os vendedores avançam em relação aos não vendedores e sabem afirmar que o preço de custo deve ser menor do que o de venda, que o que se ganha é a diferença entre estes valores, que é melhor aumentar o preço da mercadoria e que não se deve vender por menos. A partir deste ponto os avanços são quase imperceptíveis nos sujeitos vendedores mais velhos, visto que fazem insuficientes inferências que ultrapassem o seu próprio fazer.

Os sujeitos não vendedores no período intermediário parecem ter várias informações que tentam coordenar, mesmo que muitas vezes de forma equivocada, mas que parecem ser uma etapa necessária para a integração dos novos conhecimentos aos esquemas que já possuem, como vimos em Inhelder, Sinclair e Bovet (1977). Já os sujeitos mais velhos, não vendedores, tomam consciência da noção de lucro, visto que fazem relações complexas e pensam sobre hipóteses. Podemos então dizer que os sujeitos vendedores têm um saber prático enquanto os sujeitos não vendedores possuem a compreensão da noção de lucro.

Há indicativos de que a segunda hipótese do estudo: se a ordem evolutiva da compreensão da noção de lucro depende da correlação entre os fatores responsáveis pelo desenvolvimento cognitivo do sujeito: maturação, experiência com o objeto, interação social e equilíbrio confirmou-se. Pudemos observar que há uma ordem evolutiva maturacional, que está implicada na compreensão da noção estudada. No entanto este fator, por si só, não explica a compreensão, pois verificamos também alguns retardos entre os sujeitos vendedores.

A experiência com o objeto mostrou-se importante num primeiro momento no auxílio de um conhecimento mecânico voltado a obter êxito, no entanto, por vezes, esteve vinculada à limitação da reflexão, visto que não possibilitou a reflexão sobre a prática. Os sujeitos ficaram presos aos resultados que deveriam obter com sua atividade. É possível verificar em Kamii, (1997) que em certos casos a experiência prática serve como obstáculo ao avanço do pensamento.

A interação social, indispensável para a transmissão de informações, no caso dos sujeitos vendedores, mostrou-se coercitiva e inibidora, tornado-os heterônomos, totalmente dependentes da autoridade do adulto com referência a esta noção. A ação destes, impondo regras ligadas ao respeito unilateral produz um conformismo obrigatório que prendem o sujeito à obediência (PIAGET, 1932/1977). Já a interação social cooperativa, no caso dos não vendedores, destacou-se como facilitadora, visto que numa atitude de reciprocidade proporcionou aos sujeitos acesso a informações diversas bem como propiciou a sua coordenação.

A equilíbrio, fundamental para a organização dos demais fatores, é um processo dinâmico, consiste num jogo entre o equilíbrio e o desequilíbrio a partir do conflito cognitivo, que surge da atividade dos sujeitos (PIAGET, 1965/2003). Percebemos que, com os sujeitos vendedores, houve poucos conflitos cognitivos, visto que vivem num contexto autoritário e, possivelmente também pela falta deste houve um menor avanço na tomada de consciência da noção de lucro. Já com os sujeitos não vendedores, devido às inúmeras provocações que recebem do meio, há a maior possibilidade de desequilíbrios cognitivos e, a partir deles, um caminhar progressivo rumo à tomada de consciência da noção de lucro.

A terceira hipótese que afirmava que as crianças e adolescentes vendedores que participam de todo o processo (compra do produto, atribuição do preço de venda e a própria venda) apresentam mais precoce compreensão da noção de lucro não se confirmou. O que encontramos na nossa pesquisa é que estes sujeitos têm um precoce conhecimento prático do fazer para obter resultado, um agir mecânico que os levou a entender que se deve vender por mais do que se compra, que o que se ganha é a diferença entre o valor da compra e venda, que devem aumentar o preço da mercadoria e não é interessante diminuí-lo, mas não conseguem, mesmos os mais velhos, ultrapassar estes dados. Não são capazes de fazer inferências sobre o lucro. Encontramos vários fatores que possivelmente justificam este fato. A ação coercitiva do adulto que inibe a iniciativa do sujeito, e por isso não o deixa sair do seu egocentrismo. A obrigação de levar dinheiro para casa como fruto do seu trabalho. Um ambiente cultural restrito de informações impedindo que avance no seu desenvolvimento. Estes fatores juntos restringem a possibilidade de conflitos e assim não há a possibilidade de busca de conhecimentos mais aprimorados, só levando à obediência.

Dessa forma, ao buscarmos, na psicologia genética, uma interpretação para os resultados encontrados nesta pesquisa, verificamos que a criança, à medida que desenvolve seus recursos cognitivos, tem experiência com o objeto e interage com o meio social, desenvolve suas representações as quais não são simples cópias daquilo que o meio familiar, escolar ou social lhes transmite, mas sim resultado de um trabalho interno, auto-regulador que possibilita o conhecimento.

Finalizando, e respondendo à pergunta formulada nesta pesquisa: as crianças e adolescentes vendedores teriam conhecimento antecipado da noção de lucro do que as crianças e adolescentes não vendedores de um mesmo país, concluímos que os sujeitos vendedores adquirem precocemente um conhecimento prático, um saber fazer, mas a compreensão de fato da noção de lucro foi atingida apenas pelos sujeitos não vendedores mais velhos desta amostra.

Esperamos que, a partir dos dados encontrados nesta pesquisa, possam surgir novas perspectivas para o estudo de noções inerentes ao conhecimento social. Podemos observar, por meio deste estudo, o quanto são ricas e atuais as pesquisas realizadas por Jean Piaget e seus seguidores.

REFERÊNCIAS

BERTI, A. E.; BOMBI, A. S. **The child's construction of economics**. Trad. inglesa de G. Duveen. Cambridge: Cambridge University Press, 1998.

CIBERNÉTICA. In: **Dicionário Aurélio**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1989, p. 323.

DANZIGER, K. The child's understanding of kinship terms: A study the development of relational concepts. **Journal of Genetic Psychology**, 91, 213-232, 1957.

_____. Children's earliest conceptions of economic relationships. **Journal of Social Psychology**, 47, 231-240, 1958.

D'ARÓZ, M. S.; LAGO, P. M.; PIECZARKA, T.; OTHMAN, Z. A. S. ; STOLTZ, T. Características da estrutura familiar da criança trabalhadora no anel central de Curitiba. In: **Evento de Iniciação Científica**, 12º EVINCI. Curitiba: UFPR, 2004. v. 1, p. 320.

D'ARÓZ, M. S.; STOLTZ, T. Característica da estrutura familiar da criança trabalhadora no anel central de Curitiba. In: **Encontro Nacional dos Professores do PROEPRE**, 19, Águas de Lindóia - SP. XIX Encontro Nacional de Professores do PROEPRE 20 anos. Campinas - SP: Graf. FE, 2003, p. 328.

_____. Estudos entre a família e a criança trabalhadora de rua na cidade de Curitiba. In: **Semana de Ensino Pesquisa e Extensão** - UFPR, 18, Curitiba. XVIII Semana de Ensino Pesquisa e Extensão - UFPR. Curitiba: Universidade Federal do Paraná. 2005. v. 1. p. 1.

DELVAL, J. La representación infantil del mundo social. In: TURIÉL, E.; ENESCO, I.; LINAZA, J. **El mundo adulto en la mente infantil**. Madrid: Alianza, 1989.

_____. Notas sobre la construcción del conocimiento social. In: HINOJAL, A.; CARABAÑA, J.; ENGUITA, F.; SUBIRATS, M. (compil). **Sociedad, cultura y educación**. Homenaje a la memoria de Carlos Lerena Alesón. Madrid: CIDE y Universidad Complutense, p. 191-208, 1991.

_____. **El Desarrollo Humano**. México / España: Siglo Veintiuno. 1994.

_____. La fecundidad de la epistemología de Piaget. In: **Substratum**, v. III, n. 8-9, p. 89-125, 1996.

_____. Conhecimento social e desenvolvimento moral. In: **Educação**. Porto Alegre, n. 38, p. 121-132, ano XXII, junho 1999.

_____. Vygotski, Piaget: a formação do conhecimento e a cultura. In: **Educação e Realidade**, Porto Alegre, v. 26, n. 2, p. 89-126, jul./dez. 2001.

DELVAL, J. **Introdução à prática do Método Clínico**: descobrindo o pensamento das crianças. Trad. Fátima Murad. Porto Alegre: Artmed, 2002.

DELVAL, J., DÍAZ-BARRIGA, F., HINOJOSA, M^a. L.; DAZA, D. Experiencia y comprensión. Concepciones sobre el trabajo en menores que trabajan en la calle en la ciudad de México. **Revista Mexicana de Investigación Educativa**, 11(31), 901-926. 2006.

DELVAL J; ECHEITA, G. La comprensión en el niño del mecanismo de intercambio económico y el problema de la ganancia. In: **Infancia y aprendizaje**, n. 54, p. 71-108. 1991.

DELVAL, J.; ENESCO, I.; NAVARRO, A. La construcción del conocimiento económico. In: RODRIGO, M. J. (Ed) **Contexto y desarrollo social**. Madrid: Síntesis, 1994. p. 345-383.

DELVAL J.; PADILLA, M. L. El desarrollo del conocimiento sobre la sociedad. In: LÓPEZ, F.; ETXEBARRIA, I.; FUENTES, M. J.; ORTIZ, M.J. (Coords) **Desarrollo afectivo y social**. Madrid: Pirâmide, 1999, p.125-150.

DELVAL, J., SOTO, P., FERNÁNDEZ, T., DEAÑO, A. GONZÁLEZ, E., GIL, P. & CUEVAS, M. T. **Estructura y enlace de los conocimientos científicos**: Ciencias Sociales. Las nociones de economía y poder. Madrid: Instituto de Ciencias de la Educación, Universidad Autónoma de Madrid, 1971.

FURTH, H. G. Young children's understanding of society. In: MCGURK, H. (ed). **Issues in childhood social development**. Londres, Methwen, 1976. p. 228-256.

JAHODA, G. The construction of economic reality by some Glaswegian children. **European Journal of Social Psychology**, 9, 115-127 .1979.

_____. The development of thinking about economic institutions: the bank. **Cahiers de Psychologie**, 1, 55-73, 1981.

_____. European 'lag' in the development of an economic concept: A study in Zimbabwe. **British Journal of Development Psychology**, 1, 113-120, 1983.

_____. The development of thinking about socio-economic systems. IN: TAJFEL, H. (ed.) **The social dimension**, vol. I, Cambridge: Cambridge University Press, 69-88, 1984.

INHELDER, B.; PIAGET, J. **Da lógica da criança à lógica do adolescente**: ensaio sobre a construção das estruturas operatórias formais. São Paulo: Pioneira, 1976.

INHELDER, B.; BOVET, M.; SINCLAIR, H. **Aprendizagem e estruturas do conhecimento**. São Paulo: Saraiva, 1977.

KAMII, C.; JOSEPH, L. L. **Aritmética**: novas perspectivas. Implicações da teoria de Piaget. 6^a edição Campinas: Papirus, 1997.

LAGO, P. M.; D'ARÓZ, M. S.; PIECZARKA, T. ; OTHMAN, Z. A. S. ; STOLTZ, T. Estudos sobre evolução da noção de lucro nas crianças. In: **Evento de Iniciação Científica**, 12º EVINCI. Curitiba: UFPR, 2004. v. 1, p. 320.

LAGO, P. M.; PIECZARKA, T. ; STOLTZ, T. Estudos sobre a evolução da noção de lucro nas crianças. In: **Encontro Nacional de Professores do PROEPRE, 19**, Águas de Lindóia - SP. XIX Encontro Nacional de Professores do PROEPRE 20 Anos. Campinas - SP: Graf. FE. 2003

MORO, M. L. F. **Aprendizagem operatória**: a interação social da criança. São Paulo: Cortez:Autores Associados; Curitiba: Scientia et Labor, 1987.

OTHMAN, Z. A. S., D'ARÓZ, M. S., STOLTZ, T. Influência da família na compreensão da noção de lucro em crianças trabalhadoras no anel central de Curitiba. In: **I Congresso Internacional de Educação e Desenvolvimento Humano**, Maringá, 2004.

OTHMAN, Z. A. S.; STOLTZ, T. A compreensão da necessidade de reposição das mercadorias e a prática de diferentes preços realizada pelos estabelecimentos comerciais para as crianças trabalhadoras de rua no anel central da cidade de Curitiba. In: **Encontro Nacional de Professores do PROEPRE, 19**, Águas de Lindóia - SP. XIX Encontro Nacional de Professores do PROEPRE 20 Anos. Campinas - SP : Graf. FE. 2003.

_____. A compreensão da necessidade de reposição das mercadorias e a diversidade de preços encontrado no comércio para as crianças vendedoras de rua no anel central da cidade de Curitiba. In: **Evento de Iniciação Científica**, 12º EVINCI. Curitiba: UFPR, 2004. v. 1, p.75.

_____. A reposição de mercadorias e a variação de preço na ótica de crianças vendedoras de rua de Curitiba. In: **Semana de Ensino Pesquisa e Extensão** - UFPR, 18., 2005, Curitiba. XVIII Semana de Ensino Pesquisa e Extensão - UFPR. Curitiba: Universidade Federal do Paraná, 2005a. v. 1. p. 01.

_____. A compreensão da necessidade de reposição de mercadorias e a prática de diferentes preços realizados pelos estabelecimentos comerciais para as crianças trabalhadoras de rua no anel central de Curitiba. In: **Evento de Iniciação Científica**, 13º EVINCI. Curitiba: UFPR, 2005b. v. 1, p. 328.

_____. A noção de lucro: o discurso econômico e sua representação a partir de crianças vendedoras. In: **Semana de Ensino Pesquisa e Extensão** - UFPR, 2006, Curitiba. XX Semana de Ensino Pesquisa e Extensão – SEPE - UFPR. Curitiba: Universidade Federal do Paraná, 2006. v. 1.

PARRAT-DAYAN, S.; TRYPHON, A. (orgs). **Sobre a Pedagogia**: textos inéditos. SP: Casa do Psicólogo, 1998.

PIAGET, J. **O raciocínio na criança**. 2 ed. Tradução: Valerie Rumjanek Chaves. Rio de Janeiro: Record, 1978. (ed. orig. 1924).

_____. **A Representação do mundo na criança**. Tradução: Adail U. Sobral (colaboração de Maria S. Gonçalves). São Paulo: Idéias e Letras, 2005. (ed. orig. 1926).

_____. **O julgamento moral na criança**. Tradução: Elzon Lenardon. São Paulo: Mestre Jou, 1977a. (ed. orig. 1932).

_____. **O nascimento da inteligência na criança**. 4 ed. Tradução: Álvaro Cabral. Rio de Janeiro: LTC Editora, 1987. (ed. orig. 1936).

_____. **A construção do real na criança**. 2 ed. Tradução: Álvaro Cabral. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1975. (ed. orig. 1937).

_____. **A formação do símbolo na criança – Imitação, jogo e sonho, imagem e representação**. 2 ed. Tradução: Álvaro Cabral e Cristiano M. Oiticica. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1975. (ed. orig. 1946).

_____. **Psicologia da Inteligência**. Rio de Janeiro: Fundo de Cultura, 1958. (ed original 1947)

_____. **Para onde vai a educação?** 14ª edição. Tradução: Ivette Braga. Rio de Janeiro: José Olympio, 1998. (ed. orig. 1948).

_____. Development and learning. In: **Journal of Research in Science Teaching**. 1964. vol 2 p. 176-186.

_____. **Seis estudos de psicologia**. 24ª ed. Tradução: Maria A D'Amorim e Paulo S. Lima Silva. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2003. (ed. orig. 1964).

_____. **Estudos sociológicos**. Tradução: Reginaldo Di Piero. Rio de Janeiro: Forense, 1973. (ed. orig. 1965).

_____. INHELDER, Bärbel. **A psicologia da Criança**. Tradução Octavio Mendes Cajado. Rio de Janeiro: Difel, 2003. (ed. orig. 1966).

_____. **Biologia e conhecimento**. 4 ed. Tradução: Francisco M. Guimarães. Petrópolis: Vozes, 2003. (ed. orig. 1967).

_____. L'évolution intellectuelle entre l'adolescence et l'age adulte. In: **Third International convention and awarding of FONEME prizes**. Milan, 1970. p 149-156.

_____. **A epistemologia genética**. Tradução: Nathanael C. Caixeiro. Petrópolis: Vozes, 1971. (ed. orig. 1970).

_____. **Psicologia e Epistemologia**. Tradução: Agnes Cretella. Rio de Janeiro: Forense, 1973. (ed. orig. 1970).

_____. **Problemas de Psicologia Genética**. Tradução: Célia E. A. Di Piero. Rio de Janeiro: Forense, 1973. (ed. orig. 1972).

_____. **A tomada de consciência**. Tradução: Edson Braga de Souza. São Paulo: Melhoramentos, 1978a (ed. Orig. 1974)

_____. **Fazer e compreender**. Tradução: Christina Larroudé de Paula. São Paulo: Melhoramentos. 1978b. (ed. orig. 1974).

_____. **A equilibração das estruturas cognitivas: problema central do desenvolvimento**. Tradução Prof^a Dr^a Marin Merlone dos S. Penna. Rio de Janeiro: Zahar, 1976. (ed. orig. 1975).

_____. Comentário de Piaget sobre as observações críticas de Vygotsky. **Em aberto**. Brasília: INEP, 1990, ano 9, v.48, p.69-77.

PIECZARKA, T.; LAGO, P. M. Estudos sobre o desenvolvimento do conhecimento social. In: **Anais do I Congresso Internacional de Educação e Desenvolvimento Humano**. Maringá: UEM/DTP/DFE, v. 1 (CD-ROM), 2004.

PIECZARKA, T. ; STOLTZ, T. Estudos sobre o conhecimento social na perspectiva de Juan Delval. In: **XVIII Semana de Ensino Pesquisa e Extensão**. Curitiba: UFPR, 2005a. v. 1. p. 01, 2005a.

_____. A evolução da noção de lucro em crianças trabalhadoras de rua no anel central da cidade de Curitiba. In: **Evento de Iniciação Científica**, 13^o EVINCI. Curitiba: UFPR, v. 1, p. 295, 2005b.

SMITH, L. Introduction to Piaget's Sociological Studies. In: PIAGET, J. **Sociological Studies**. London: Routledge, 1995.

SMITH, L.; DOCKRELL, J.; TOMLINSON, P. **Piaget, Vygotsky and Beyond: Central Issues in Developmental Psychology and Education**. London: Routledge, 1997.

STOLTZ, T. A informação e a organização da informação no conhecimento social. In: **Semana de Ensino Pesquisa e Extensão** - UFPR, 18., 2005, Curitiba. XVIII Semana de Ensino Pesquisa e Extensão - UFPR. Curitiba : Universidade Federal do Paraná, v. 1. p. 01-11, 2005a.

_____. O problema da compreensão no conhecimento social. In: Congresso Nacional de Psicologia Escolar e Educacional, 7., 2005, Curitiba. VII Congresso Nacional de Psicologia Escolar e Educacional, p. 1, 2005b.

_____. La compréhension de la connaissance sociale: la relation entre forme et contenu. In: **XIV^{ème} Colloque Section Portugaise de l'AFIRSE**, Lisboa. Pour un

bilan de la recherche en education de 1960 à 2005- Théories et Pratiques. Lisboa: Porto Editora, v. 1. p. 44-45, 2006.

STRAUSS, A. "The development and transformation of monetary meanings in the child". **American Sociological Review**, 17, pp.275-284.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ. Sistema de Bibliotecas. **Normas para apresentação de documentos científicos**. Curitiba: Editora UFPR, 2001.

VERGNAUD, G. Teorias dos campos conceituais. In: **Anais do 1º Seminário Internacional de Educação Matemática do Rio de Janeiro**. UFRJ, 1982.

ANEXOS

ANEXO 1	– ROTEIRO DE ENTREVISTA COM CRIANÇAS E ADOLESCENTES VENDEDORES	158
ANEXO 2	– ROTEIRO DE ENTREVISTA COM CRIANÇAS E ADOLESCENTES NÃO VENDEDORES	160
ANEXO 3	– PROTOCOLO DA ENTREVISTA REALIZADA COM O SUJEITO VENDEDOR DUDA (11;1)	161
ANEXO 4	– PROTOCOLO DA ENTREVISTA REALIZADA COM O SUJEITO NÃO VENDEDOR LIPI (11;0)	168
ANEXO 5	– PLANILHA DE DADOS DOS SUJEITOS VENDEDORES	179
ANEXO 6	– PLANILHA DE DADOS DOS SUJEITOS NÃO VENDEDORES	187

ANEXO 1 - ROTEIRO DE ENTREVISTA COM CRIANÇAS E ADOLESCENTES VENDEDORES

Perguntas pessoais

1. Nome – idade
2. Escola/série?
3. Onde mora?
4. Com quem mora?
5. Profissão do pai/mãe?
6. Quem cuida de você aqui na rua?
7. O que está fazendo na rua? Por quê?
8. Quem trouxe você para trabalhar pela primeira vez na rua? Por quê?
9. Há quanto tempo trabalha na rua?
10. Quantas horas por dia?
11. Quantos dias na semana?

Produto que vende

12. O que vende?
13. Quem consegue o produto que você vende?
14. Sabe onde compra este produto?
15. Vai junto comprar?
16. Sabe quanto custa?
17. Por quanto você vende?
18. Quem decide o valor de venda? Por quê?
19. Quando você vende a este preço você ganha? Quanto?
20. Pode vender por mais? Por menos? Por quê?
21. Você acha que é melhor vender por mais, menos ou deixar igual? Por quê?
22. Fica com algum dinheiro para você?
23. O que faz com o dinheiro que ganha? Por quê?
24. Lá onde você compra onde conseguem mais?
25. O lojista precisa pagar? Por quê? Quanto eles pagam?
26. Quando ele vende a esse preço, ele ganha dinheiro?
27. Pode vender por mais? Por menos? Por quê?
28. É melhor para ele vender por mais, menos ou deixar igual? Por quê?
29. E se lá aonde foram comprar também acaba, onde conseguem mais?
30. A fábrica/distribuidora precisa gastar/pagar para fazer/ter? Por quê?
31. Quanto você acha que custa para fazer este produto? (no caso da fábrica) Por quê?
32. Pode vender por mais? Por menos? Por quê?
33. O que é melhor pra eles, vender por mais, por menos ou pelo mesmo valor? Por quê?

Objeto ausente

34. Você estuda?
35. Se você esta escrevendo e seu lápis acaba, o que faz?
36. Você sabe quanto custa um lápis?
37. Sabe onde compra?
38. Se você vai lá comprar e não tem mais, o que você acha que ele faz?
39. Ele precisa pagar? Por quê? Quanto eles pagam?
40. Quando ele vende por esse preço ele ganha dinheiro? Quanto? Por quê?
41. Pode vender por mais, por menos? Por quê?
42. É melhor vender por mais, por menos ou deixar como tá?
43. Para quê você acha que o homem da loja usa o dinheiro? Por quê?
44. A fábrica/distribuidora precisa gastar/pagar para fazer/ter? Por quê?
45. Quanto você acha que custa para fazer este produto? (no caso da fábrica) Por quê?
46. Eles podem vender por mais, por menos? Por quê?
47. O que é melhor pra ele, vender por mais, por menos, ou pelo mesmo valor? Por quê?

CONTRA-SUGESTÃO

ANEXO 2 - ROTEIRO DE ENTREVISTA COM CRIANÇAS E ADOLESCENTES NÃO VENDEDORES

Perguntas pessoais

1. Nome – idade
2. Escola/série?
3. Onde mora?
4. Com quem mora?
5. Profissão do pai/mãe?

Produto que vende

6. Esta é sua lojinha?
7. O que vende?
8. Sabe quanto custa cada borracha?
9. Por quanto vende cada borracha?
10. Quando você vende a este preço ganha algum dinheiro? Quanto?
11. Pode vender por mais? Por menos? Por quê?
12. Você acha melhor vender por mais, por menos ou deixar igual? Por quê?
13. Se eu comprar toda sua mercadoria o que você fará com o dinheiro? Por quê?
14. Você pode conseguir mais? Onde?
15. Lá onde você compra, onde eles conseguem mais?
16. O lojista precisa pagar? Por que? Quanto eles pagam?
17. Quando ele vende a este preço, ele ganha dinheiro?
18. Pode vender por mais? Por menos? Por quê?
19. É melhor para ele vender por mais, menos ou deixar igual? Por quê?
20. E se lá aonde foram comprar também acaba, onde conseguem mais?
21. A fábrica/distribuidora precisa gastar/pagar para fazer/ter? Por quê?
22. Quanto você acha que custa para fazer este produto? (no caso da fábrica) Por que?
23. Pode vender por mais? Por menos? Por quê?
24. O que é melhor pra eles, vender por mais, por menos ou pelo mesmo valor? Por quê?

Objeto ausente

22. Você gosta de brincar de bola? Você tem uma?
23. Se você tá brincando de bola e ela fura, o que você faz?
24. Onde você/mãe compra?
25. Sabe quanto custa?
26. Se você vai comprar e não tem mais, o que você acha ele faz?
27. Ele precisa pagar? Quanto? Por quê?
28. Quando ele vende por esse preço, ele ganha dinheiro? Quanto? Por quê?
29. Pode vender por mais? Por menos? Por quê?
30. É melhor vender por mais, por menos ou deixar o mesmo preço? Por quê?
31. Para quê você acha que o homem da loja usa o dinheiro? Por que?
32. A fábrica/distribuidora precisa gastar/pagar para fazer/ter? Por quê?
33. Quanto você acha que custa para fazer este produto? (no caso da fábrica) Por que?
34. Eles podem vender por mais, por menos? Por quê?
35. O que é melhor pra ele, vender por mais, por menos, ou pelo mesmo valor? Por quê?

CONTRA SUGESTÃO

ANEXO 3 – PROTOCOLO DA ENTREVISTA REALIZADA COM O SUJEITO
VENDEDOR DUDA (11;1)

Entrevistador: Zilma A S Othman
Transcrição: Zilma A S Othman
Data: 03/04/06
Nº da fita: 01
Local: Praça Tiradentes

Nome: Duda
Idade: 11 anos [30/04/1994]
Série: 4^a
Profissão do pai: polidor de carro
Profissão da mãe: não trabalha

Onde você mora?

Parolim.

Com quem que você mora?

Com minha mãe.

E o seu pai?

Não sei.

Alguém cuida de você aqui na rua?

Ninguém.

O que você tá fazendo aqui na rua?

Tô vendendo.

Por quê?

Porque sim.

Por que você tá vendendo?

Pra ajudá compra comida em casa.

Quem trouxe você a primeira vez pra trabalhar aqui na rua?

Uma muié?

Que mulher?

Não sei.

Ah?

Não conheço.

Mas como ela trouxe você trabalhar aqui?

Não sei. Ela me trouxe porque...

Por quê?

Minha mãe conhece ela.

Sua mãe a conhece. Ela trouxe você aqui pra vender?

Uhum (balança a cabeça afirmativamente).

Pra que?

Ah? Pra ficar comigo.

Faz tempo que você trabalha aqui na rua?

Não.

Quanto tempo, você sabe?

Um mês.

Até que horas você fica aqui?

Até as 5.

Quantos dias por semana?

Ah, eu venho quase... Toda segunda,... terça....

Todo dia quase?

Não, só nas terça.

O que você tá vendendo hoje?

Balinha.

Você sempre vendeu isso?

Uhum (balança a cabeça afirmativamente)..

E onde você consegue este produto?

Lá, eu compro.

E... quem consegue este produto?

Minha mãe dá dinheiro.

Tua mãe dá dinheiro pra você, mas quem compra?	<i>Minha mãe.</i>
A tua mãe compra ou ela dá o dinheiro e você compra?	<i>Ela dá o dinheiro pra mim compra.</i>
E você vai e compra. Aonde você compra?	<i>Ali em cima.</i>
Você sabe quanto custa?	<i>R\$ 4,90.</i>
Mas você sabe quanto custa cada um deste?	<i>R\$ 1,00.</i>
E por quanto você vende?	<i>R\$ 1,00.</i>
E quanto custou pra você?	<i>Ah, uns R\$ 0,20.</i>
Não entendi. Você sabe quanto custa quando você vai comprar cada balinha desta?	<i>Não.</i>
Não?	<i>Eu ganho R\$ 15,00 em cima.</i>
Mas, então você gasta quanto em cada caixinha?	<i>R\$ 4,90.</i>
Se você vender tudo você vende por quanto?	<i>R\$ 20,00.</i>
Tudo R\$ 20,00? Quantos negocinhos têm aí dentro?	<i>Tinha 20.</i>
Tem 20 em cada caixinha? Então você paga R\$ 4,90 nela e se você vender tudo você fica com R\$ 20,00, é isso?	<i>Compro comida daí.</i>
Quem decide que você tem que vender por R\$ 1,00?	<i>Eu.</i>
Você mesmo? Por que você?	<i>Porque sim.</i>
Você pode vender por mais de R\$ 1,00?	<i>Não dá.</i>
Por que não dá?	<i>Porque os outros não compra.</i>
E por menos de R\$ 1,00.	<i>Pode.</i>
Por menos pode. Por quanto você pode vender?	<i>Até por R\$ 0,50.</i>
Até por R\$ 0,50 você pode vender.	<i>Não, mas quando eu faço outros R\$ 0,50, eu ganho outro R\$ 0,50 daí dá.</i>
Como você ganha outro R\$ 0,50?	<i>Ponho R\$ 0,50 em cima daí inteira R\$ 1,00.</i>
Você pode vender pra mim por R\$ 0,50?	<i>Posso. Só que eu não tenho outros R\$ 0,50.</i>
Ah, e de onde você tira este outro R\$ 0,50?	<i>Ah, eu peço. Preciso juntá R\$ 20,00.</i>

- Ah, então se você vende por R\$ 0,50 alguém tem que lhe dar dinheiro pra você... *Interá.*
- Ah? *Pra mim interá.*
- E os outros R\$ 0,50 você consegue como? *Eu peço.*
- É melhor você vender por mais, por menos ou...? *Por mais.*
- Por que por mais? *Porque ... porque... pro dinheiro ficá pra mim.*
- Ah, e você fica com algum dinheiro desse que você vende? *Aha. (balança a cabeça afirmativamente)*
- Quanto você fica? *Fico com R\$ 10,00.*
- Fica com R\$ 10,00. Dá R\$ 10,00 pra sua mãe e fica com R\$ 10,00 pra você? *Não, eu faço às vezes R\$ 10,00.*
- Como que você faz? *Com trocado. Eu peço*
- Ah, você pede. Você tem que devolver todo dia R\$ 20,00 pra sua mãe? *É.*
- É isso mesmo? *É.*
- O que você faz com o dinheiro se você vende tudo? *Compro comida, leite.*
- E se lá aonde você foi comprar não tem mais balinha, o que você acha que eles fazem? *Compro em outro lugar.*
- Mas eles, o que você acha que fazem. Você chega lá e diz: quero balinha. Mas não tem mais, o que eles vão fazer? *Não sei.*
- O que você acha que eles fazem? Eles dizem, não tem mais balinha e acabou? *Aham. (balança a cabeça afirmativamente)*
- Pronto, não vão mais funcionar a loja? Vão fechar? *Não, eles buscam mais.*
- Aonde eles buscam mais? *Ah, na fábrica?*
- E eles precisam pagar? *Ah?*
- Quanto você acha que eles pagam nesta caixinha? *Uns R\$ 4,00.*
- Eles vendem pra você por R\$ 4,90 e compram por R\$ 4,00? *Acho que por R\$ 3,00, R\$ 4,00, não sei.*

Quanto você acha assim...	<i>Por R\$ 3,00.</i>
Eles ganham dinheiro assim?	<i>Ganham.</i>
Quanto?	<i>1,90.</i>
Eles podem vender pra você por R\$ 3,00?	<i>Não.</i>
E por R\$ 1,50?	<i>Não.</i>
Por quê não pode?	<i>Não dá, eles falam que não dá.</i>
Mas por que você acha na sua cabeça?	<i>Não sei.</i>
Por que eles não podem vender por menos de R\$ 3,00?	<i>Porque eles compra mais caro na fábrica.</i>
Ah, e se eles venderem por menos de R\$ 3,00 o que acontece?	<i>Saem perdendo.</i>
Perdendo o quê?	<i>Dinheiro.</i>
E lá na fábrica aonde eles vão comprar, a fábrica gasta pra fazer a balinha?	<i>Não, ela faz lá.</i>
Como?	<i>Não custa nada pra ela fazer.</i>
E ela vende pra loja por quanto mesmo?	<i>Por R\$ 3,00.</i>
Um dia um menino tava falando pra mim, numa entrevista que lá na fábrica custa pra fazer a bala R\$ 1,50. Você acha que o menino ta certo ou errado?	<i>Não sei.</i>
Mas na sua cabeça o que você acha, a fábrica gasta pra fazer ou não?	<i>Gasta.</i>
Gasta?	<i>Acho que gasta, não sei, eles fazem lá mesmo.</i>
Outro menino falou pra mim o seguinte: que se lá onde ele vai comprar, ele paga R\$ 3,00 também que nem você. Mas que eles podem vender por R\$ 3,00 que mesmo assim eles ganham dinheiro. Você acha que ele tá certo?	<i>Ta.</i>
Por que ele ta certo?	<i>Eles ganham dinheiro daí.</i>
Quanto será que eles ganham? Ele comprou lá na fábrica por R\$ 3,00, o menino foi lá e comprou por R\$ 3,00, mesmo assim eles ganharam dinheiro?	<i>Não.</i>
Mas o menino falou pra mim que eles ganharam dinheiro.	<i>Não.</i>

Ele ta certou ou ta errado?

Errado.

Por que ele tá errado?

Porque daí fica o mesmo dinheiro.

LÁPIS

Ah, você estuda?

Uhum. (balança a cabeça afirmativamente)

Que série mesmo você tá?

4ª.

Com que você escreve?

Lápis.

Se acaba o lápis que você ta escrevendo o que você faz?

Compro outro.

Sabe quanto custa um lápis?

Uns R\$ 0,60.

Aonde você compra lápis?

Lá na loja.

Se você chegou na loja e não tem mais lápis, você quer um lápis pra fazer tarefa, o que você acha que eles vão fazer?

Eles falam que não tem mais.

Mas e daí, eles nunca mais vão ter lápis pra vender?

Eles buscam mais.

E onde eles buscam?

Na fábrica.

E quanto eles pagam?

Eles compra... por uns R\$ 0,40, R\$ 0,50.

Daí eles vendem pra você por quanto?

R\$ 0,60.

Eles ganham com isso?

R\$ 0,20.

Eles podem vender por R\$ 0,30?

Não.

Por que não?

Saem perdendo.

E se você for lá e comprar 10 lápis por R\$ 0,30, o que você acha?

Eles não vende.

Não vendem por R\$ 0,30?

Não. Só por R\$ 0,60.

Só por R\$ 0,60? Por que você acha?

Porque não, porque eles saem perdendo.

É melhor pra eles vender por mais ou por menos ou pelo mesmo preço?

Por mais.

Por quê?

Pra não perder.

E lá na fábrica aonde ele foi comprar? A fábrica gasta pra fazer o lápis será?

Eles fazem.

Eles fazem e daí não gasta pra fazer?

Não.

Então me diga, outro dia fiz uma entrevista com outro menino, disse que se o dono da papelaria comprasse um lápis por R\$ 0,20, ele poderia vender por R\$ 0,15 e mesmo assim ele poderia ganhar dinheiro, ele tava certo ou errado?

Ta errado.

Por que tá errado?

Porque sim.

Mas diz pra mim por que?

Porque não ganha nada, sai perdendo R\$ 0,05 por cada lápis.

ANEXO 4 – PROTOCOLO DA ENTREVISTA REALIZADA COM O SUJEITO NÃO
VENDEDOR LIPI (11;0)

Entrevistador: Zilma A S Othman
 Transcrição: Zilma A S Othman
 Data: 15/05/06
 Nº da fita: 02
 Local: Escola Terra Firme

Nome: Lipi
 Idade: 11 anos [03/05/1995]
 Série: 5.^a
 Profissão do pai: desempregado
 Profissão da mãe: designer gráfica

Com quem você mora?

Com minha mãe e meu pai.

Faz de conta que esta aqui é sua lojinha, tá certo?

Tá.

O que você vende?

Lápis e borracha.

Qual o preço da borracha?

R\$ 0,30.

E do lápis?

R\$ 0,50

Quanto você pagou na borracha?

R\$ 0,30.

Você pagou R\$ 0,30 e vai vender pra mim por R\$ 0,30.

É.

E você ganha dinheiro com isso?

Vendendo a borracha?

É.

Uhum (balança a cabeça afirmativamente).

Você pagou R\$ 0,30 e vai vender pra mim por R\$ 0,30, o mesmo preço. E você ganha dinheiro?

Uhum (balança a cabeça afirmativamente).

Por que você ganha dinheiro?

Porque eu chego e você me dá R\$ 0,30 e eu pego e entrego a borracha. A borracha foi vendida por R\$ 0,30. Os R\$ 0,30 vão ser meus pra eu comprar outra borracha pra outra pessoa que quiser pagar R\$ 0,30.

E por R\$ 0,40, você pode vender?

(ele pensa) Mas eu teria que aumentar o preço do lápis.

Se aumentasse a borracha você teria que aumentar o preço do lápis também?

Talvez.

Talvez? Sim ou não.

É, porque o lápis é mais útil.

Você acha melhor vender por mais, menos ou deixa como tá?

Por menos.

Por quê?

Porque usa menos que o lápis.

Quando você vende a R\$ 0,30 você ganha dinheiro?

Uhum (balança a cabeça afirmativamente). Ganho.

Por que você ganha dinheiro?

Porque ela me paga.

Como?	<i>Ele ma paga e eu do uma borracha.</i>
E por menos você pode vender?	<i>Não.</i>
Por quê?	<i>Porque daí só ia dar meia borracha.</i>
É melhor vender por mais, por menos ou deixar igual?	<i>Fica igual.</i>
Por quê?	<i>Porque eu acho q é assim.</i>
Se eu comprar toda a sua mercadoria, o que você vai fazer com o dinheiro?	<i>Vou comprar mais.</i>
Vai comprar mais, vai continuar...	<i>É, vou continuar comprando.</i>
Vai continuar com a loja?	<i>É.</i>
Onde você compra esta borracha? Sabe onde é?	<i>Na loja Grafite.</i>
Lá custa R\$ 0,30 também. Eles podem vender por mais de R\$ 0,30?	<i>Podem.</i>
Por que podem?	<i>Porque eles podem tipo, querer aumentar o preço.</i>
Eles podem vender por menos também?	<i>Se eles quiserem, eles podem.</i>
Por quê?	<i>Ah, porque num ano pode aumentar o preço, no outro ano pode abaixar. Tipo de R\$ 0,30 pra R\$ 0,40 e de R\$ 0,40 pra 0,20.</i>
E acabou aqui na sua loja e você foi lá comprar e não tem mais. Onde você acha que eles conseguem?	<i>Na fábrica.</i>
E quanto será que eles pagam na fábrica?	<i>Eles não compram, porque eles já pagaram tudo pra produzir a borracha e ir pra loja. Eles já pagam pro cara do caminhão que leva.</i>
Aham, mas quanto você acha?	<i>Uns R\$ 0,40.</i>
Uns R\$ 0,40 cada borracha?	<i>Ele devem vender por R\$ 0,40, mas eles podem baixar.</i>
Deixa ver se eu entendi. Eles vão lá e pagam R\$ 0,40 e vendem pra você por R\$ 0,30?	<i>(ele pega as borrachas e começa a demonstrar como é que acontece) É assim, eles vão ver a quantidade das borrachas. Tipo, vamos dizer que tem só duas e eu vou pagar R\$ 0,80. Se três, R\$ 1,20.</i>

Uhum.

Daí tá. Daí com o preço eles vão pagar R\$ 0,20 pro carinha que leva, e esse carinha vai pagar lá pro dono da fábrica, pra ele pagar os empregados, pra ser o salário deles.

Tá certo. Então...agora me atrapalhei (risos). A loja Grafite vende pra você por R\$ 0,30.

É.

E ela compra por quanto?

R\$ 0,30.

Depois ela vai à fábrica comprar, porque também acabou lá. E na fábrica ela pagou R\$ 0,40. Você acha que é melhor vender por mais de R\$ 0,40 ou por menos de R\$ 0,40?

Acho que por menos. Por R\$ 0,30.

Por que você acha que é por menos?

Porque daí vai ter mais gente na loja. Porque senão vai ficar muito caro.

Ah! E eles vão ganhar dinheiro vendendo por R\$ 0,30?

Vão.

Quanto eles ganham daí?

Depende de quantas borrachas eles venderem.

Eles pagam R\$ 0,40 e vendem por R\$ 0,30 e eles ganham quanto numa borracha?

R\$ 0,30.

Ah, eles ganham R\$ 0,30.

Eu acho isso.

O que você acha que o dono da loja faz com o dinheiro que ele ganha?

Dá pro empregado.

Ah...

Vamos dizer (ele pega as borrachas, deixa-as de pé e vai explicando-me), tudo isso de borracha, vamos dizer que ... umas 20 borrachas, isto vai dar uns mil e pouco, então tá. Esses mil reais e pouco ele pega e dá pros empresários, que pode ser o salário deles, porque tão trabalhando pra ganhar dinheiro também, né?

Tá.

Então, pode ser o salário deles.

Quais empresários?

Os que fazem as borrachas.

E o dono da loja?

O dono da loja também vai ganhar uma parte.

Vai ganhar uma parte deste dinheiro. Ele vai pagar R\$ 0,40 e vai vender por R\$ 0,30 e vai ganhar dinheiro?

Vai.

- Vai? *Vai, ele vai... ele vai vender por R\$ 0,40, o dono da fábrica, mas a Grafite, a loja, o chefe que manda lá. Ele pode vender por outro preço.*
- Por quanto você acha? *R\$ 0,30.*
- Por R\$ 0,30. Então você é o dono dessa loja, você foi e comprou essas borrachas e pagou R\$ 0,30 nelas. Você vai vender pra mim por R\$ 0,30 também. Você vai ganhar dinheiro com isso? *(ele pensa) Vô.*
- Quanto? *Se eu compro e pago R\$ 0,30, então...*
- Paga R\$ 0,30... *Vamos dizer que consigo tudo isso aqui de borracha, tudo isso daqui. Daí tá, daí eu vou gastar o meu dinheiro nisto daqui. Mas vai chegar um comprador e vai pagar R\$ 0,30 e eu vou dar esta borracha. Se ele me der R\$ 0,60, eu vou dar duas.*
- E você vai ganhar quanto? *R\$ 0,60.*
- Um menino que eu estava entrevistando lá na rua, me falou, que se ele compra a borracha por R\$ 0,30 e ele vende a borracha por R\$ 0,30 ele não ganha dinheiro. *Por quê?*
- Ele falou pra mim que não ganha. *Por quê?*
- Você acha que ele tá certo ou errado? *Não, porque vai vir um comprador que vai te dar R\$ 0,30 pra você. É como se fosse uma troca. Ele vai trocar os R\$ 0,30 por uma dessas borrachas. Então você vai ganhar dinheiro. Você tá perdendo seu dinheiro comprando a borracha, mas você também tá ganhando dinheiro. Os R\$ 0,30 que você ganhou, que você gastou comprando a borracha, você vai ter de volta porque o comprador está te dando R\$ 0,30 pra você.*
- Mas ele falou pra mim que se ele quiser comprar uma bala, um chocolate, ele não vai poder comprar, porque com o R\$ 0,30 ele vai ter que comprar outra borracha. Não vai adiantar, e como você falou, vai ser só uma troca. *Então você veja bem, se o dono da loja não quiser comprar tudo aquilo de borracha, quiser tipo, vai dar vamos dizer uns mil reais, se ele só quiser gastar esses R\$ 990,00 ele vai ter R\$ 10,00 pra gastar no que ele quer. Então o dono da loja pode gastar em outras coisas.*
- Mas aí ele vai conseguir comprar a mesma quantidade de borracha? *Não. Vai ser menos.*

- Você falou que compram na fábrica. Fábrica gasta pra fazer borracha? Custa pra fazer? *Alguns que preparam. Péra ai. O chefe da loja paga pra...*
- Ele foi lá na fábrica da Mercur comprar. A Mercur que é a fábrica da borracha, custa algum dinheiro pra ela fazer a borracha? *Acho que é assim... é como... custa pra fábrica da Mercur vender?*
- Fazer a borracha. *Ah fazer? Tipo todo o material?*
- É. Custa? *Aham, todo o material.*
- E quanto você acha que custa pra fazer uma borracha? *(ele pensa). Acho que R\$ 5,00 pra comprar todo o material pra poder fazer uma borracha.*
- Pra fazer uma borracha ele gasta mais ou menos R\$ 5,00. *R\$ 5,00, porque... mas eu não sei porque, o preço do, não sei se eles compram o negócio pra fazer a borracha. Eles compram? Quantas coisas têm na borracha? Eles compram ou eles ganham, se eles comprarem daí tá tudo certo.*
- Cada borracha? *É cada... cada elemento pra fazer uma borracha.*
- E daí eles vendem pra loja por R\$ 0,40? *É.*
- Eles gastam R\$ 5,00 pra fazer uma borracha e vendem por R\$ 0,50? *Por R\$ 0,40.*
- É desculpa, por R\$ 0,40. E eles ganham dinheiro fazendo assim? *Ganham porque ó, se da fábrica vai pra Grafite, chega lá um carro da Mercur com um monte de borracha, então, daí chega o cara, o cara da Grafite, o dono, e entrega esse dinheiro pra eles, pro cara que tá com o caminhão, o cara do caminhão vai e entrega pro chefe, o chefe vai entregar pra todos os empresários o dinheiro que vai ser o salário deles. Daí eles vão ganhar o lucro, que é o lucro dele. Daí o chefe mais o presidente, essas coisas vão lá na loja e pegam o material pra fazer borracha.*
- E eles pedem ou eles compram? *Eles compram.*
- E os empresários têm que falar com as pessoas que trabalham lá na fábrica? É isso? *Trabalham pra fazer.*
- Ah... trabalham pra fazer. E eles podem vender por outro preço, eles podiam vender por R\$ 3,00 essa borracha. *(ele pensa), ah, sim mais daí seria muito caro e ninguém compraria.*
- E por R\$ 0,10 ele poderia vender? *Poderia.*

E por que por R\$ 0,10 ele poderia? *Porque daí não ia ficar tão caro, né? Ia ficar bem barato, daí o chefe que vai tá tomando a decisão, ele quer vender barato, e ele vai ganhar tanto dinheiro quanto os R\$ 0,30. Ele vai perder R\$ 0,20.*

É melhor pra ele vender por mais, por menos ou pelo mesmo valor? *Por mais, só que não tanto.*

Por quê? *Se não... Por menos de R\$ 0,40 não R\$ 1,00 se não vai ficar muito caro.*

BOLA

Hum... Então tá bom. Então me diga, você gosta de brincar de bola? Você tem bola? *Gosto. Tenho.*

Você sabe quanto que custa uma bola? *A minha foi de R\$ 200,00 e pouco.*

Nossa mãe, não tinha uma bolinha mais baratinha? (risos). Você estava brincando com a bola lá e fura a bola. *Ta, são R\$ 16,00*

Custa R\$ 16,00 uma bola *Aham (balança a cabeça afirmativamente)..*

E você sabe onde compra? *Hum... Na feira, no camelódromo, numa loja de esporte, mais essas lojas de esporte eles vendem por um preço mais caro.*

Mais vamos usar essa de R\$ 16,00, que vai ser melhor. *Essas de camelódromo.*

Então tá. E quando o lojista lá vende por R\$ 16,00, ele ganha dinheiro com isso? *Na hora da venda?*

É. *Ganha.*

Quanto que ele ganha? *R\$ 16,00. Ele ganha vendendo a bola a R\$ 16,00, a mulher vai lá e dá R\$ 16,00 pra ele. Ele ganhou R\$ 16,00, ele deu a bola em troca disso.*

Certo. *Daí se ele ficar com esses R\$ 16,00, que é da sua empresa. É por isso.*

Ele pode vender por outro preço? Pode vender R\$ 25,00 essa bola? *(balança a cabeça afirmativamente).*

Pode? Por que ele pode? *A bola de futebol pode ser boa, e ele ganha mais dinheiro.*

- Tá. *E também a situação meio complicada, ele pode vende mais não pode aumenta muito o preço.*
- Por quê? *Porque se não daí o... o... tipo ela tem um gráfico, o gráfico dela daí vai diminui, porque se ela tá vendendo mais caro, as pessoas vão, vão deixar de comprar.*
- Ah... e ele pode vender por menos, por R\$ 9,00? *(ele pensa um pouco). Pode mais é desinteresse dele, ele não vai ganhar tanto porque o gráfico vai aumenta, mais só que o dinheiro dele vai diminui. Se tá vendendo por R\$ 16,00, que é um preço bom, ele abaixou pra R\$ 9,00.*
- Que gráfico que vai aumentar? *O gráfico da popularidade dele, da loja.*
- O que você acha que é melhor pra ele? Vender por mais ou por menos? *Pelo preço que tá. (Ri).*
- E o que você acha que esse homem faz com o dinheiro da venda das bolas? *Ele pode comprar mais bolas, ou ele pode, tipo, compra comida, essas coisas pra sua casa.*
- E se acaba as bolas lá na loja dele, o que você acha que ele faz? *(ele pensa um pouco). Ele... Ele... é assim, ele tem 50 bolas, cabo tudo, mais só com o dinheiro ele já vai ter uns... Quantos reais? Vamos dizer, R\$ 500,00, depois ele pega uma parte desse ó (ele fica mexendo e dividindo as borrachas). Ele vendeu tudo isso daqui, ele pega uma parte e deixa pra compra comida. Esse resto ele guarda pra compra mais bola.*
- Ele vai compra mais bola? *É, ele vai comprar mais bolas e ao mesmo tempo ele vai compra comida pra família.*
- Ele precisa pagar para compra mais bola? *Precisa.*
- E quanto você acha que ele paga nessa bola? Ele tá vendendo a R\$ 16,00, você acha que ele paga quanto? *(ele pensa um pouco). Acho que uns... R\$ 16,00 também.*
- R\$ 16,00 também? Por que você acha que é por 16? *A bola que ele tá vendendo. A bola não é daquelas bem boa, é uma menor. Daí pra eles fazerem ele vão, tipo mais ou menos, vai monta tudo e daí eles vão... R\$ 16,00 pra gasta de material. Daí eles vão fazendo e vendendo. Daí ele pode vender por R\$ 16,00.*

Lá onde ele compra ele foi lá e compro e pagou R\$ 16,00, e lá onde ele compra, onde ele consegue bola? *(ele pensa um pouco). Como?*

Acabou a bola. Onde o dono da loja consegue mais bolas pra por na loja dele? *(ele pensa um pouco). É numa loja tipo que vende material pra fazer as coisas.*

Ah... mais eles que fazem as bolas? *Não. Ele compra o material, pode ser num sábado, quando não tá tudo fechado ainda, ele vai lá e compra. Daí, no domingo, no dia de folga dos trabalhadores, ele chega lá, pega todo o material e dá pros trabalhadores fazerem as bolas ou reformar.*

Uhum. *É isso!*

Ah... daí eles lá que fazem?! E quanto que eles pagam no material pra fazer a bola? *Pra todo mundo?*

Eles pagam pra fazer, né? *É.*

Quanto custa pra fazer a bola? *Com todo material?*

É. *Deve ser uns R\$ 16,00.*

Uns R\$ 16,00, daí eles vendem a R\$ 16,00? É isso? *É.*

E eles ganham dinheiro com isso? *Ganham.*

Esse cara que fez a bola. *O cara que fez a bola?*

Ele pagou R\$ 16,00 de material? *Ele pagou R\$ 16,00 de material. Daí os empregados dele, foram lá e venderam pro cara da loja.*

Por quanto? *R\$ 16,00 . Daí o cara do caminhão, que é amigo do chefe que faz as bolas. O cara do caminhão que..., Veja aqui esta a loja do cara, (ele mostra com as borrachas) e aqui estão todos os trabalhadores, o cara do caminhão vai lá e entrega pro cara, o cara entrega o tanto de dinheiro que ele conseguiu do... Conseguiu do... dinheiro da venda das bolas pro cara do caminhão. O caminhão vai chegar, entregar o dinheiro pro chefe, tá. Daí o cara do caminhão volta. Daí o chefe vai da uma parte de tudo daquele dinheiro das 50 bolas pra cada um. (ele mostra com as borrachas). Cada uma das pessoas, que vai ser o salário delas.*

O salário delas, tá. Então ele vendeu a R\$ 16,00, custou R\$ 16,00 pra ele fazer, e daí ele vai dar R\$ 16,00 pra cada trabalhador dele?

Não. Vamos dizer que ele vai por um preço e vai dividir em partes, tipo, ele vai dar R\$ 50,00 pra duas pessoas, aqueles que tão trabalhando, e o cara vendeu a bola por R\$ 25,00.

Uhum...

Daí ele pega e vai calcular quantas pessoas ele tem no emprego e vai lá fazer a continha e tá. R\$ 25,00 pra essas pessoas e R\$ 25,00 pra essa. (ele mostra com as borrachas). Eles ficam com a mesma quantidade. Mais se o cara do caminhão entrega um monte de bola pro carinha, o carinha vai entrega mais ainda, vai entrega mais dinheiro que o chefe vai ter que fazer uma conta mais difícil e da mais dinheiro pros trabalhadores.

Você tinha me falado assim, que o cara vendia as bolas e pegava um pouco de dinheiro pra compra comida e um pouco de dinheiro pra comprar as bolas. Ele tinha 10 bolas, certo? Ele vendeu as 10 bolas, deu R\$ 160,00, certo? Ele pegou 60 pra comprar comida ficou 100...

Ele vai gastar esses R\$ 100,00 nas bolas, pra continuar a loja dele.

Mas ele não vai conseguir comprar mais 10 bolas.

Não não. Menos.

Vai comprar menos bola.

É.

E daí cada vez ele vai tendo menos bola na loja dele.

Não, se ele comprar uma mais barata. Assim tipo... uma coisa mais... barata, uma cesta básica que é R\$ 30,00. daí ele vai ter R\$ 130,00 pra gastar nas bolas.

Mais um menino que eu tava fazendo entrevista falou pra mim o seguinte, que se compra bola por R\$ 16,00 e vende a bola por R\$ 16,00 não ganha dinheiro. Por que você acha que o menino falou isso?

Não sei!

Mais ele falou que não ganha, que não vai ganhar nada, porque ele vai ter que comprar a bola de novo, daí ele não vai consegui tira o dinheiro pra ele.

Vai porque, porque as pessoas que vão compra bola vão dar o dinheiro pra ele e ele vai dar uma das bolas que ele tem.

Então o menino estava errado? Ele ganha mesmo. Se ele vende por R\$ 16,00 ele ganha dinheiro! Ele comprou por R\$ 16,00 e vendeu por R\$ 16,00.

Agora vamos dizer assim. Ele compra por R\$ 16,00 uma bola, daí tá. Daí um comprador, vamos dizer que... é meu amigo, meu amigo chega lá e pega, e eu que sou o vendedor, ele vai pegar esses R\$ 16,00 do dinheiro dele e vai me da. E eu vou ficar com esses R\$ 16,00. Tá, daí ele vai ficar com a bola e eu vou ficar com os R\$ 16,00, e ele com a bola. Daí se chegar outro, eu vou ficar tal tal tal... depois outro tal tal tal... daí nisso eu vou juntando dinheiro, daí eu posso, tipo, fechar por um tempo que não tem mais bola, comprar outras coisa, vender outras coisas, daí eu vou ter no mínimo uns R\$ 300,00, daí eu gasto uns R\$ 30,00, R\$ 60,00 em comida e o resto tudo nas bolas.

Hum... Entendi. Então tá bom, muito obrigado.

ANEXO 5 – PLANILHA DE DADOS DOS SUJEITOS VENDEDORES.....	179
--	-----

Nome	Ivo	Vini	Jane	Diogo	Lia	Tom	Duda	Zé	Rafa	Beto
Idade	5,6	6,2	7,11	8,3	9,6	10,11	11,11	12,11	13,1	14,7
Série	x	1ª	4ª	2ª	3ª	Não estuda	4ª	5ª	7ª	6ª
Vende	Rosa	Rosa	Adesivo	Doce	Rosa	Chicletes	Balinha	Adesivo	Chicletes	Balas
Profissão Pai	vende na rua	não sabe	pintor de casa	não trabalha	não trabalha	não conhece	polidor de carro	não sabe	não trabalha	pedreiro
Profissão Mãe	vende na rua	não sabe	cuida da criança na rua	não trabalha	falecida	não sabe	não trabalha	cuida das crianças na rua	não trabalha	não trabalha
Origem	Terminal do Hauer	Terminal do Hauer	Praça Osório	Rua XV	Terminal do Hauer	Praça Tiradentes	Praça Tiradentes	Praça Osório	Rua Xv	Av. Marechal Floriano
Irmão na rua	x	x	João	Claudinei	x	x	x	Viviane	Edinei	x
Data	04/04/2006	04/04/2006	24/04/2006	04/04/2006	04/04/2006	24/04/2006	24/04/2006	24/04/2006	04/04/2006	04/04/2006

Onde você mora?	São José.	São José.	Piraquara.	Rio Branco.	São José	No Jardim Norte.	Parolim.	Piraquara.	Rio Branco do Sul	São José.
-----------------	-----------	-----------	------------	-------------	----------	------------------	----------	------------	-------------------	-----------

Com quem que você mora?	Com minha mãe.	Minha mãe.	Com minha mãe e meu pai.	Com minha mãe e meu pai.	Com meu pai.	Com minha avó.	Com minha mãe.	Minha mãe e meu pai.	Com meus pais.	Com minha mãe e meu pai.
-------------------------	----------------	------------	--------------------------	--------------------------	--------------	----------------	----------------	----------------------	----------------	--------------------------

Quem cuida de você aqui na rua?	Minha mãe.	Minha mãe.	Minha mãe.	Meu irmão.	Minha avó.	Ninguém.	Ninguém.	Minha mãe.	Ninguém.	Ninguém.
---------------------------------	------------	------------	------------	------------	------------	----------	----------	------------	----------	----------

O que você tá fazendo?	Vendendo rosa pra minha mãe		Vendendo rosa.		Trabalhando.		To vendendo		Vendendo rosa		Vendendo doces.		To vendendo.		Trabalhando.		Vendendo chicletes.		Vendendo bala.	
	Por quê?	Pra vende	Por quê?	Pra ajudá.	Por quê?	Pra ajudá na minha casa.	Por quê?	Pra fazê dinheiro.	Por quê?	Pra compra coisas.	Por quê?	Pra levá pra minha avó.	Por quê?	Pra ajudá compra comida em casa.	Por quê?	Pra ajudá em casa.	Por quê?	Pra ajudá em casa.	Por quê?	Sei lá, pra mim ter meu dinheiro, sossegado.

Quem trouxe você a primeira vez pra trabalhar aqui na rua?	Meu pai e minha mãe.		Minha mãe.		Meu irmão, prá ajudá ele,		Meu irmão		Eu vim com minha avó. Só que ela não deixava eu vender, mas eu queria.		Minha tia.		Uma muié. Minha mãe conhece.		Ninguém, vim sozinho.		Uns amigos.		Um amigo meu. Eu trabalhava pra ele, daí comecei a me interessá também. Daí eu vim por meu interesse.	
					Por quê?	Porque sim.	Por quê?	Pra mim vender.			Por quê?	Pra vende junto com ela.								

Há quanto tempo trabalha aqui?	Dois, três dias.		Diz que faz tempo.		Venho um dia sim, um dia não.		Faz 2 anos.		Um mês.		Um mês.		Um mês.		5 anos.		Uns dois anos.		Uns 3 anos.	
--------------------------------	------------------	--	--------------------	--	-------------------------------	--	-------------	--	---------	--	---------	--	---------	--	---------	--	----------------	--	-------------	--

Quantas horas por dia?	(não responde)		Diz que muitas horas.		No máximo 5.		Umas 8 horas.		Não sei.		Umas seis.		Umas 5.		Umas 4 horas.		Umas oito.		Umas 2 mais ou menos.	
	Quantos dias por semana?	Não sei.									Quantos dias por semana?	Uns dois.	Quantos dias por semana?	Só nas terças.	Quantos dias por semana?	De segunda a sábado.	Quantos dias por semana?	Todo dia.	Quantos dias por semana?	Seis, venho até no sábado.

PRODUTO QUE VENDE	PRODUTO QUE VENDE	PRODUTO QUE VENDE	PRODUTO QUE VENDE	PRODUTO QUE VENDE	PRODUTO QUE VENDE	PRODUTO QUE VENDE	PRODUTO QUE VENDE	PRODUTO QUE VENDE	PRODUTO QUE VENDE	PRODUTO QUE VENDE	PRODUTO QUE VENDE						
O que você vende?	Rosa, para minha mãe.	Rosa	Adesivo		Chicletes.		Rosa.	Chicletes		Balinha		Adesivo		Chicletes.		Balinhas.	
			Vendeu sempre isso?	Não. Já vendi chicletes.	Vendeu sempre isso?	É		Vendeu sempre isso? O que é melhor?	Não, agulhas. Chicletes	Vendeu sempre isso?	Uhum.	Vendeu sempre isso?	Não. Bala de goma também.	Vendeu sempre isso?	Aham.	Vendeu sempre isso?	Sempre
Quem consegue este produto que você vende?	Minha mãe.	Nóis compra.	Meu irmão		Meu pai.		Eu mesma.	Eu.	Minha mãe dá dinheiro, eu compro.		Eu compro.	Eu mesmo.		Eu.			

Onde compra esse produto?			Lá em cima.		Lá		Ali em cima.		Na lojinha		Na banquinha lá em cima.		Na loja de doces.	
---------------------------	--	--	-------------	--	----	--	--------------	--	------------	--	--------------------------	--	-------------------	--

Você vai junto?	Não.	Vou.	Não.	Vou.
-----------------	------	------	------	------

Sabe quanto custa?	Não	Não	Acho que uns R\$ 0,80.	R\$ 0,05 cada um.	E que depende, se é natural é R\$ 1,00.	R\$ 4,90		R\$ 4,90.		R\$ 5,50.		R\$ 0,25.		R\$ 4,50.	
						Cada um? Quanto?	Não. R\$ 0,50.	Mas cada um? Não?	Não sei. R\$ 1,00.	Quantos adesivos vem em R\$ 5,50? Quanto custa cada um?	Vem uns 25. Cada um R\$ 0,20.	Cada um?	É.	Cada uma? Quanto junta no final?	Não, em cada pacote. Compro 3 pacotes. Gasto 19,00. Dá pra tirar uns R\$ 50,00.

E por quanto você vende?	R\$ 2,00	R\$ 2,00	R\$ 1,00.	R\$ 0,10.	R\$ 2,00.	R\$ 1,00.	R\$ 1,00.	R\$ 1,00.	R\$ 0,50.	R\$ 1,00.
--------------------------	----------	----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------

Quando você vende a esse preço você ganha?	Ganho.		Ganho.		Ganho.		Aham.		Ganho.		Ganho.		Ganho.		Ganho, claro.		Ganho.		(Ri) Ganho.	
	Quanto?	Só trocado.	Quanto?	2,00.	Quanto?	Ele pagou R\$ 0,80, daí tem que vender a R\$ 1,00, pra ganhar R\$	Quanto?	0,05.	Quanto?	2,00.	Quanto?	R\$ 1,00	Quanto?	Eu ganho R\$ 15,00 em cima.	Quanto?	R\$ 0,80.	Quanto?	R\$ 0,25.	Quanto?	Uns R\$ 30,00 mais ou menos, depende o dia.

Quem fala pra você vender por este valor?	Minha mãe.	Minha mãe.	Meu irmão.	Meu pai.	Eu.	Eu.	Eu.	Eu mesmo.	Eu mesmo.	Eu.
---	------------	------------	------------	----------	-----	-----	-----	-----------	-----------	-----

Nome	Ivo		Vini		Jane		Diogo		Lia		Tom		Duda		Zé		Rafa		Beto	
Idade	5,6		6,2		7,11		8,3		9,6		10,11		11,11		12,11		13,1		14,7	
							Por quê?	Porque ele compra e daí ele fala por quanto que tem que vender.			Por quê? Como assim? Melhor o que?	Porque é bom. É melhor. Ganhar mais dinheiro.	Por quê?	Porque sim.	Por quê?	Porque eu compro.	Por quê?	Pra ganha lucro.	Por quê? Você pode mudar o valor das balhinhas? Por quê?	Porque eu trabalho pra mim. Se quiser eu posso. Porque, tipo, eu mesmo que faço pra mim vendê. Ai não tem ninguém que fala pra mim aumentá ou diminuir a

Você pode mudar esse valor pra mais?	Pode		E pode ser por R\$ 3,00?	Pode.	Posso		Pode vender por R\$ 0,20?	Não.	Pode.		Pode.		Não dá.		Não.		Dá.		Posso.	
	Por quê?	Não sei.	Por quê?	Não sei.	Por quê?	Não sei.	Por quê?	Porque eles não compram.	Por quê?	Não sei.	Pode vender por 1,50? Por quê?	Pode. Daí é mais bom, vem mais dinheiro.	Por quê?	Porque os outros não compra.	Por quê?	Porque as vezes a gente ganha pouco e daí não tem pra dá pra mãe.	Por quê?	Se aumentar fica melhor ainda.	Por quê?	Porque as vezes uns compram de mim por R\$ 10,00.

Você pode mudar esse valor pra menos do que vende?	Não.		(foi perguntar pra mãe se poderia vender por R\$ 1,00).		Não pode.		Não.		Não porque daí eu na ganho nada.		Não.Tem que levá pra minha vó senão ela me bate.		Sim, até por R\$ 0,50.		Sim. Até por 0,50		Não.		Posso.	
	Por quê?	A mãe não deixa.	Por que esta pode?	(Trouxe uma rosa mais simples e disse que aquela ele poderia vender por R\$ 1,00) Porque a de R\$ 2,00 é mais nova.	Por quê?	Porque é muito pouco.	Por quê?	Muito pouco	E por R\$ 1,50? Mas você vai ta ganhando.	Não. Mas é pouco, não compensa.	Quanto você junta no dia? Não pode chegar em casa com dezoão? Por quê?	Vintão. Não. Minha vó me bate.	Até por 0,50 você pode vender. Como você ganha outro 0,50?	Quando eu faço por 0,50, eu ganho outro 0,50 daí dá. Ah, eu peço. Preciso junta 20,00.	Por quê?	Posso. Porque se a gente não consegue vender, a gente pode vender por menos.	Não pode por menos de R\$ 0,25? Por quê?	Eu já paguei isso, daí não ganho lucro.	Por quê?	Ah, porque é a mesma coisa, eu faço pra mim.
															E por menos do que pagou? Por quê?	Não. Por 0,20 eu não ganho nada.				

Você acha que é melhor vender por mais ou por menos ou deixa como tá?	Igual		Deixa com tá.		Por menos de R\$ 1,00.		Mesmo preço.		Deixa assim.		Por mais		Por mais.		Por mais.		Por mais.		Por mais.	
	Por quê?	A mãe disse.	Por quê?	A mãe mando.	Por quanto você acha melhor vender?	R\$ 0,80.	Por quê?	Porque sim.	Por quê?	Acho que é melhor	Por quê?	Mais bom.	Por quê?	Porque... Porque... Pro dinheiro ficá pra mim.	Por quê?	Pra junta mais dindim.	Por quê?	Porque ganha mais.	Por quê?	Porque daí eu saio lucrando, se vender por menos saio perdendo. Mas as vezes eu vendo por menos.
					Compra por 0,80 e vende por 0,80, ganha algum dinheiro? Quanto ganha? Por quê?	Ganha. R\$ 0,20. Não sei.														Por quê? Porque as vezes eles falam que só tem aquele dinheiro. As vezes vendo por mais, ganho dinheiro, então fica como gorjeta.

O que você faz com o dinheiro que você ganha aqui?	Eu dou pra minha mãe e meu pai.		Compro comida		Do tudo pro meu irmão		Do pro pai comprar pão.		Compro roupa pra mim		Do pra minha avó.		Compro comida, leite.		Do pra minha mãe e compro coisas pra mim		Do pra mãe.		Compro coisa pra mim.	
--	---------------------------------	--	---------------	--	-----------------------	--	-------------------------	--	----------------------	--	-------------------	--	-----------------------	--	--	--	-------------	--	-----------------------	--

Você fica com o dinheiro?	Do pra mãe.		Eu compro comida.		Do tudo pra ele.		Divido com o pai.		Do um pouco pra minha vó e outro pouco fica pra mim.		R\$ 10,00.		Fico com R\$ 10,00.		Fico com R\$ 5,00.		Não, do tudo pra mãe.		Eu.	
---------------------------	-------------	--	-------------------	--	------------------	--	-------------------	--	--	--	------------	--	---------------------	--	--------------------	--	-----------------------	--	-----	--

E tá onde você vai comprar o produto acabou, você sabe onde consegue mais?	No atacadão.		Não sei. Eles compram em outra loja.		Não sei.		Compram mais.		Se não tem mais eu vou embora.		...Eles vão ligar..., é vão ligar, é ... Pra doçaria.		Eu compro em outro lugar.		Eles ligam o telefone pros homens trazê pra eles.		Na outra loja.		Eu não sei o que eles vão fazer. Sei lá.	
--	--------------	--	--------------------------------------	--	----------	--	---------------	--	--------------------------------	--	---	--	---------------------------	--	---	--	----------------	--	--	--

Nome	Ivo		Vini		Jane		Diogo		Lia		Tom		Duda		Zé		Rafa		Beto	
Idade	5,6		6,2		7,11		8,3		9,6		10,11		11,11		12,11		13,1		14,7	
			E se lá acabar também	Não sei.	O que eles fazem?	<i>Dai eles não vendem mais.</i>	Aonde?	<i>No outro mercado.</i>	Daí eles não vendem mais?	<i>Só no outro dia.</i>			Mas o que eles vão fazer?	<i>Buscam mais.</i>					Mas vão fechar a loja?	<i>acho que vão.</i>
			Você deixa de vender rosas?	É.					E onde eles conseguem mais?	<i>Não sei.</i>			Onde?	<i>Na fábrica.</i>					Mas onde podem conseguir mais?	<i>Ná fábrica.</i>

Você sabe quanto eles pagam lá pelo produto?	<i>R\$ 3,00.</i>		<i>Não sei.</i>		<i>Acho que uns R\$ 0,50.</i>		<i>R\$ 0,05.</i>		<i>Uns R\$ 0,20</i>		<i>Acho que uns R\$ 3,00.</i>		<i>Acho que R\$ 3,00.</i>		<i>Uns R\$ 0,10.</i>		<i>Uns R\$ 0,15.</i>		<i>Sei lá, mais barato... Uns R\$ 3,00.</i>	
	Quando vão comprar lá vocês pagam 3,00 e vendem pra mim por 2,00?	<i>Sabe aquele dinheiro que você tirou da bolsa, então.</i>			Eles pagam R\$ 0,50 e vendem a quanto?	<i>R\$ 0,80</i>	Eles compram por R\$ 0,05 e vendem por R\$ 0,05. Eles ganham?	<i>Não.</i>			Poderiam vender por 3,00? Por quê?	<i>Aham. É... porque eles compram daí...</i>			Eles podem vender por R\$ 0,10 pra você?	<i>Ele vende pro preço que ele quer.</i>	Por quê?	<i>Não sei.</i>	Eles vendem a você por quanto?	<i>4 pila cada pacote.</i>
	São 2,00 aquele dinheiro. Você vai vender por 2,00 esta flor pra mim?	<i>Então. É.</i>					Então porque eles compram por R\$ 0,05 e vendem por R\$ 0,05?	<i>Não sei. Tem mercado que vende por 0,10. Compram por 0,05 e vendem por 0,10.</i>									Será que não pagaram R\$ 0,30? Por quê?	<i>Não. Não dá, porque senão eles não tem lucro.</i>		
	E lá onde seu pai vai comprar ele paga quanto na rosa?	<i>R\$ 3,00.</i>															É melhor eles pagarem quanto?	<i>Se for pra vender por R\$ 0,25 é melhor pagar menos, uns R\$ 0,10.</i>		

Quando ele vende a esse preço, ele ganha?	<i>Ganha.</i>		<i>Não sei.</i>		<i>Ganha.</i>		<i>Não.</i>		<i>Não sei.</i>		<i>Ganha.</i>		<i>Ganham.</i>		<i>Ganham.</i>		<i>Claro.</i>		<i>Claro</i>	
	Quanto?	<i>R\$ 3,00</i>	Pensa um pouco	<i>Não sei.</i>	Quanto?	<i>Não sei.</i>	Entao por que eles compram por 0,05 e vendem por 0,05?	<i>Não sei.</i>	Quanto?	<i>Não sei.</i>	Quanto?	<i>3,00</i>	Quanto?	<i>1,90.</i>	Quanto?	<i>0,10.</i>	Quanto?	<i>No mínimo R\$ 0,10.</i>	Quanto?	<i>R\$ 1,00.</i>

Pode vender por mais?																				
	E por R\$ 0,30?	<i>Pode.</i>	Poderiam vender por 5,00? Por quê?	<i>Não. Muito caro.</i>															Por mais de R\$ 3,00?	<i>Pode.</i>
	Por quê?	<i>Porque eles vão ter um pouco de lucro.</i>	É melhor pra eles vender por mais de 3,00 ou por menos?	<i>Menos.</i>															Por quê?	<i>Porque ai ele vai sair ganhando, e ninguém quer sair perdendo, né.</i>

Pode vender por menos?																				
	Eles podem pagar R\$ 0,50 e vender por R\$ 0,40?	<i>Acho que podem.</i>			Por quê?	<i>Não sei.</i>	Eles podem vender por R\$ 0,10?	<i>Não.</i>	Poderiam vender por 1,50? Por quê?	<i>Poderiam. Vem muito pouco aqui dentro.</i>	Eles podem vender pra você por R\$ 1,50?	<i>Não.</i>			Por quê?	<i>Não dá, eles falam que não dá.</i>			Podem vender por menos de R\$3,00?	<i>Não</i>
									Eles poderiam comprar por R\$ 3,00 e vender por R\$ 1,50?	<i>Não.</i>	Por quê?	<i>Não dá, eles falam que não dá.</i>			Mas por quê será?	<i>Porque eles compram mais caro na fábrica.</i>				
									Mas você falou que era melhor vender por 1,50. Por quê?	<i>É melhor vender por 1,50. É mais bom.</i>					E daí?	<i>Saem perdendo dinheiro.</i>				
									Mas eles vão vender?	<i>Não, porque é muito barato.</i>										
									Você pode comprar por 0,50 e vender por 0,30? Por quê?	<i>Não. É muito, muito, muito pouco.</i>										

E se lá aonde foram comprar também acaba, onde conseguem mais?	<i>Não sei.</i>		<i>Não sei.</i>		<i>Não sei.</i>		<i>Num outro lugar.</i>		<i>Não tenho idéia.</i>		Na fábrica.		<i>Na fábrica</i>		<i>Os homens que fazem né?</i>		<i>Numa banquinha.</i>		<i>Ná fábrica</i>	
			Pensa um pouco.	<i>Não sei.</i>	Precisa pagar?	<i>Sim.</i>	Precisa pagar?	<i>Não sei.</i>			E quanto você acha que eles pagam?	<i>Acho que pagam num saco de caixinhas uns vintão.</i>	A fábricagasta pra fazer?	<i>Não, ela faz lá.</i>	Eles precisam pagar?	<i>Não.</i>	Eles precisam pagar?	<i>Uhum.</i>	Paga?	<i>Sim.</i>

Nome	Ivo		Vini		Jane		Diogo		Lia		Tom		Duda		Zé		Rafa		Beto				
Idade	5,6		6,2		7,11		8,3		9,6		10,11		11,11		12,11		13,1		14,7				
												E em cada caixinha?	R\$ 2,00.	Como?	Não custa nada pra fazer.	Pra fazer não precisa pagar?	Eles tem máquinas.	Quanto será?	Acho... Que eles emprestam a caixinha, depois eles devolvem a caixinha.				
												A doceria vai na fábrica e compra por 2,00, vende pra loja que você compra por 3,00 e a loja vende pra você por quanto?	R\$ 4,90.						Mas pra devolver ele vai comprar onde?	Vai dá em dinheiro.			
												Você acha melhor pra loja vender por 4,90 ou 2.50? Por quê?		R\$ 2,50. Porque é muito caro por R\$ 3,50.									
LÁPIS		LÁPIS		LÁPIS		LÁPIS		LÁPIS		LÁPIS		LÁPIS		LÁPIS		LÁPIS		LÁPIS		LÁPIS			
Você estuda?		Não		Na primeira.		Sim. 4ª série.		Sim. Na 2ª.		Sim, to na 3ª.		Não.		4ª		Sim, na 5ª		Na 7ª		6ª			
Se você esta escrevendo e seu lápis acaba, o que faz?		Peço pra minha mãe outro.		Compro outro.		Compro.		Compro outro.		Compro outro.		Posso achá por aí.		Compro outro		Compro.		Compro outro		Compro outro.			
Você sabe quanto custa um lápis?		R\$ 3,00		R\$ 0,25.		R\$ 0,50.		Uns R\$ 0,50, R\$ 0,70.		R\$ 0,30.		Daquele grandão é R\$ 0,20.		Uns R\$ 0,60.		R\$ 0,35.		R\$ 0,30.		R\$ 0,20.			
Sabe onde compra?		No Adriano.		Na banca.		Lá perto de casa.		No mercado.		No seu Joaquim.		Lá no Jardim da Ordem.		Lá na loja.		No mercado		Na banca.		Na papelaria.			
Se você vai lá comprar e não tem mais, o que você acha que ele faz?		Não sei o que ele faz. Vou em outro lugar comprar.		Compra em outro lugar.		Acho que eles arruma outro.		Compram mais, daí vendem.		Consegue outro.		Vai na fábrica.		Eles buscam mais.		Não sei.		Compram mais na outra banca.		Na fábrica.			
		E se lá acabou também? O que você faz? Onde eles pegam mais?	Pegam mais lápis. Eles vão de carro?			Aonde? Pense um pouco.	Não sei. Numa loja, num mercado.	Onde ele compra mais?	No outro mercado.	Onde será?	Na fábrica.	Onde eles buscam? A fábrica paga pra fazer?	Na fábrica. Não, eles fazem.	O mercado não vai mais ter lápis?	Ele vão ter que achar em outro lugar e comprar.								
Quanto você acha que ele paga no outro lugar?		R\$ 3,00.		paga R\$ 1,00.		Ah, R\$ 0,20, R\$ 0,30.		Paga R\$ 0,25 eu acho.		Uns R\$0,10.		Assim, uns R\$ 2,00 um saquinho.		Uns R\$ 0,40, R\$ 0,50.		Uns R\$ 0,15.		R\$ 0,10.		Uns R\$ 0,05.			
		Paga R\$ 1,00 e vende pra você por R\$ 0,25? Ele paga R\$ 1,00 e vende por R\$ 1,00. Ele ganha dinheiro?		Não. Por R\$ 1,00.		Por quê?	Porque sim. Eles pagam mais barato daí.						E em cada um?	Em cada um 0,50.	E vendem pra você por?	R\$ 0,60.	Por quê? (não responde) Ele vende por quanto? R\$ 0,30.						
				Uhum (Balança a cabeça afirmativamente)									E vendem por?	Por 0,20 ou 0,30, tem uns que é 1,00.									
													O que ele pagou 0,50 ele vai vender pra você por?	R\$ 0,20.									
Quando ele vende a esse preço ele ganha?		Ganha.		Uhum (Balança a cabeça afirmativamente).		Ganha.		Ganha.		Sim.		Ganha.		Aham. (Balança a cabeça afirmativamente)		Claro.		Aham.(Balança a cabeça afirmativamente)		Uhum.(Balança a cabeça afirmativamente)			
		Quanto?	3,00.	Quanto?	Não sei.	Quanto?	Não sei.	Quanto?	0,25.	Quanto?	Um pouco	Quanto?	0,20.	Quanto?	0,20.	Quanto?	0,20.	Quanto?	0,20	Quanto?	R\$ 0,15		
Pode vender por mais?		Só por 3,00.		Não sei.		Acho que não.		Pode.		Pode		Não.		Não, só por 0,60.		Pode.		Sim.		Por mais pode.			
		Por quê?	A mãe disse.	Por quê?	Não sei.	Por quê?	Porque fica caro, ninguém compra.	Por quê?	Ai ele ganha.	Por R\$ 0,40? Por quê?	Pode. Pra ganhar dindim pra ele	Por quê ?	Não pode porque é 0,20.	Por quê?	Porque senão eles saem perdendo.	Por quê?	Porque é bom.	Por quê?	Pra ganhá mais.	Por quê?	Porque da mesma forma, eles querem sair ganhando		
										Quando ele vende a R\$ 0,30 ele ganha?	Ganha.												

Nome	Ivo	Vini	Jane	Diogo	Lia	Tom	Duda	Zé	Rafa	Beto
Idade	5,6	6,2	7,11	8,3	9,6	10,11	11,11	12,11	13,1	14,7

E se vender por 0,10. Ele compra por 0,10 e vende por 0,10 e ganha?

(balança a cabeça afirmativamente)
Fica igual.

Pode vender por menos?	Só por 3,00		Pode.		Eles poderiam vender por R\$ 0,20 pra você?	Podia.	Pode vender por R\$ 0,20?	Não.	Ele pode vender por R\$ 0,05?	Não.	Ele paga 0,50 e pode vender por 0,20?	Não.	Por R\$ 0,30? Por quê?	Não. Saem perdendo.	Pode.		Não.		Não.	
	Por quê?	Não sei.	Por quê?	Não sei.	É melhor eles venderem por 0,20 ou por 0,50? Por quê?	Por R\$ 0,20. Porque é mais barato.	Por quê?	Não, muito pouco. Daí não tem condição por 0,20, só por	Por quê?	Porque não vai ganhar nada.	Por que não?	É, tá escrito assim: não pode vender por 0,20.	E se você comprar 10 lápis por R\$ 0,30? Por quê não?	Eles não vendem. Porque saem perdendo.	Por quê?	Porque sim.	Por quê?	Porque não dá lucro.	Por quê?	Não compensa.
								Ele ganha dinheiro se vender por 0,20? Por quê?	Não, ele perde. Porque se ele vendê por menos ele não ganha nada.						Me explique assim na sua cabeça.	Não sei.	O que é lucro?	Ganhar dinheiro a mais, ué. Ele compra a R\$ 0,10, e deve vender por mais ué.		

É melhor vender por mais, por menos ou deixa como tá?	Por 3,00.		Não sei.		Pelo que tá.		Por mais.		Mais.		Igual.		Por mais.		Por mais.		Por mais.		Mais caro.	
	Por quê?	É assim.	Pense um pouquinho.	Não sei.	Por quê?	Porque vende.	Por quê?	Porque se ele vende por menos ele não ganha nada.	Por quê?	Pra ganhar dinhm.	Por quê?	Porque é igual.	Por quê?	Pra não perder.	Por quê?	Porque ele sai ganhando.	Por quê?	Pra ganhá o dele.	Por quê?	Ele quer lucrar.

CONTRA-SUGESTÃO	CONTRA-SUGESTÃO	CONTRA-SUGESTÃO	CONTRA-SUGESTÃO	CONTRA-SUGESTÃO	CONTRA-SUGESTÃO	CONTRA-SUGESTÃO	CONTRA-SUGESTÃO	CONTRA-SUGESTÃO	CONTRA-SUGESTÃO	CONTRA-SUGESTÃO	CONTRA-SUGESTÃO	CONTRA-SUGESTÃO	CONTRA-SUGESTÃO	CONTRA-SUGESTÃO	CONTRA-SUGESTÃO	CONTRA-SUGESTÃO	CONTRA-SUGESTÃO	CONTRA-SUGESTÃO	CONTRA-SUGESTÃO	CONTRA-SUGESTÃO
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Esses dias eu tava conversando com um piazzinho e ele disse se compra por R\$ 3,00 e vende por R\$ 3,00 não ganha dinheiro. O que você acha? Ele tá certo ou errado?	Tá certo.	Um menino que tava vendendo balinha, disse pra mim que se compra por R\$ 1,00 e vende por R\$ 1,00 ele não ganha dinheiro. Ele tá certo?	Tá.	Estes dias eu estava fazendo a entrevista com uma menininha e ela disse pra mim que se eles compram por R\$ 0,20 e vendem por R\$ 0,20 eles não ganham dinheiro. Você acha que ela tá certa?	Tá certa.	Um menino falou que quando acabava no mercado ele ia no outro mercado, pagava R\$ 0,10 e vendia por R\$ 0,05, e mesmo assim ganhava dinheiro, ele tá certo?	Não.	Uma criança falou que se comprar o lápis por R\$ 0,20 e vender por R\$ 0,15 ele ganha dinheiro. Ela tava certa?	Como foi?	Um menino falou que se na doceria ele pagou 3,00 não pode vender por menos de 3,00 senão perderia dinheiro. Ele tá certo ou tá errado?	Tá certo.	Um menino falou lá na fábrica eles gastam pra fazer sim, que custa pra fazer a bala, que lá na fábrica eles pagam 1,50 pra fazer a bala. Ele tá certo ou errado?	Não sei.	Um menino falou pra mim que podia comprar por 0,20 e vender por 0,15, e mesmo assim ele ganhava dinheiro. Ele tava certo?	Não.	Um menino falou que quando acabava lá naquele lugar eles compravam numa fábrica. Você acha que dá pra comprar bala numa fábrica?	Não dá.	Um menino disse que a mãe dele dá os pacotinhos por 1,00 e que ele pode vender por 0,70 que mesmo assim ganha dinheiro. Ele tá certo?	Ta errado.	
Mas você falou pra mim que o Adriano compra por R\$ 3,00 e vende por R\$ 3,00 e ganha dinheiro?	Não sei.	Por que você acha que ele tá certo?	Porque sim.	Ta certa? Eles não ganham dinheiro fazendo por 0,20? Por quê?	Não. Não sei.	Não ganha dinheiro fazendo assim? Por que?	Não. É... porque ele compro por R\$ 0,05 a mais e vende por menos.	O dono da loja comprou o lápis por R\$ 0,20 e vendeu por R\$ 0,15 e ganhou dinheiro, ele tá certo?	Ele tá perdendo.	Porque ele tá certo?	Porque senão ele vai perder dinheiro.	Mas na sua cabeça o que você acha, a fábrica gasta pra fazer ou não?	Gasta	Por que ele não tava certo?	Porque ele compro por R\$ 0,20 e ta vendendo por R\$ 0,15, ele ta perdendo R\$ 0,05.	Não dá? Ele disse que pagavam R\$ 0,03 na bala, ele tava certo?	Ta certo.	Por que será?	Porque ele não tem lucro pra ele.	
Mais o que você pensa assim na sua cabeça?	Não sei.	Porque sim? Mas o que passa assim na sua cabeça, porque ele não ganha dinheiro?	Não sei.	Mas assim na sua cabeça o que você acha?	Não sei.	Por quê?	R\$ 0,10 é mais que R\$ 0,05, daí não ganha.			Mas você falou pra mim que é melhor ele vender por 2,50. Por quê?	É melhor vender por 2,50. Porque é mais melhor, porque daí eles encontram	Gasta?	Acho que gasta, não sei, eles fazem lá mesmo.	Mas se ele vendesse tudo o que ele tinha por R\$ 0,15, você não acha que ele ganhou?	Não.	Ta certo? Mas dá pra comprar na fábrica?	Dá, mas é muito difícil.	O que é lucro que você tá falando?	Lucro é quando você... Vende alguma coisa... É R\$ 1,00 e vai lá e vende por R\$ 2,00, daí você ganha R\$	

Nome	Ivo	Vini	Jane	Diogo	Lia	Tom	Duda	Zé	Rafa	Beto						
Idade	5,6	6,2	7,11	8,3	9,6	10,11	11,11	12,11	13,1	14,7						
			Outro dia um menino que vendia balinha falou que ele pagava R\$ 0,05 cada balinha e que se ele vendesse por 0,04 ele ganhava 0,04. Ele ta certo?	Tava.	Outro dia um garoto disse que se o dono do mercado comprar o lápis por 0,20, poderia vender por 0,15 e mesmo assim ganharia dinheiro. Ele ta certo?	Não.	2	Eles fazem lá mesmo. Outro menino falou o seguinte: que se lá onde vai comprar, paga 3,00 também. Mas que eles podem vender por 3,00 que mesmo assim eles ganham dinheiro. Ele tá certo?	Tá.	Por qué não assim na sua cabeça? Me explica.	Se ele compra os adesivos por R\$ 0,20 e vende por R\$ 0,15, daí ele ta perdendo o dinheiro dele.	Por quê?	Porque é muito longe, daí fica difícil.	2		
			Por que você acha? O que passa na sua cabeça?	Não sei. Não sei.	Por que ele não ta certo? Se ele comprar por 0,20 e vender por 0,15, ele não ganha dinheiro?	Não ganha. Não..., ele ganha R\$ 0,15, mais não ganha nada.	Um menino falou que se o dono da banquinha pagasse 0,10 no lápis, poderia vender por 0,05 que ganharia 0,05. Ele ta certo?	Não.	Por que ele ta certo?	Eles ganham dinheiro daí.	2	2	Outro dia, o menino me disse que o dono da papelaria comprou o lápis por 0,20 ele poderia vender por 0,15 e que mesmo assim ganharia dinheiro. Você acha que ele tá certo ou não?	Ele tá errado.		
					Ele ta certo ou ele ta errado? ele pode comprar por R\$ 0,20 e vender por R\$ 0,15, e ele ganha dinheiro com isso?	Ganha.	Ele foi lá da doceria e comprou um lápis por 0,10 e poderia vender por 0,05 que ele ganharia 0,05. Tá certo? Por quê?	Não. Ta errado, porque R\$ 0,05 um lápis não vale.	Ele comprou lá na fábrica por R\$ 3,00, o menino foi lá e comprou por R\$ 3,00, mesmo assim eles ganharam dinheiro?	Não.	Estes dias eu tava fazendo a entrevista com um menino e ele falou pra mim que se ele comprasse por R\$ 0,20 e vendesse por R\$ 0,15 ele tava ganhando R\$ 0,15. Você acha que ele ta certo?	Ta.	Um menino falou o seguinte. O dono da papelaria compra o lápis por 0,20 e vendia por 0,15 e ele disse que o homem ganhava dinheiro. Ele tava certo?	Como?	Por quê?	Porque ele vai sair perdendo.
					Se você compra o seu chiclete por R\$ 0,05 e vende por R\$ 0,04 você ganha dinheiro?	Ganho R\$ 0,04.	Não vale? Se ele comprar por R\$ 0,10 e vender pra você por R\$ 0,10 ele ganha R\$ 0,10? O menino ta certo ou ta errado?	(Silêncio). Compror por R\$ 0,10?	Mas o menino falou pra mim que eles ganharam dinheiro.	Não.	Ele compra por R\$ 0,20 e vende por R\$ 0,15 ele ta certo?	Ta errado.	Ele comprava por R\$ 0,20 e vendia por R\$ 0,15 e mesmo assim ganhava dinheiro, o que você acha?	Ele pagava R\$ 0,20 e vendia por R\$ 0,15?	Mas se ele vender dez lápis.	Mas se ele comprou por R\$ 0,20 e vender por R\$ 0,15, mesmo vendendo dez lápis ele não vai conseguir repor.
					E daí pra você compra outro chicletes, como você vai comprar?	Vou dá dinheiro. Do dinheirinho pra interá	É, e vendeu por R\$ 0,10 e o menino disse que homem ganhou R\$ 0,10 quando ele fez isso.	Ta bom.	Ele ta certou ou ta errado?	Errado.	Por quê?	Tinha que vende por mais.	E ganhava dinheiro com isso.	Não.		
					E de onde você vai tirar esse dinheirinho? De onde você vai tira esse dinheirinho pra interar?	Eu guardo dinheiro.	Por que ele ta certo?	Porque ele pagou R\$ 0,10 e vendeu por R\$ 0,10.	Por que ele ta errado?	Porque daí fica o mesmo dinheiro.	Por quê?	Porque sim. Não sei explicar.	Por quê	Daí não pode.		
					Mas pode fazer assim?	Pode.	Ele ganhou R\$ 0,10 com isso? Não ganhou? Então o menino ta errado.	Não. Ta certo	2				Por quê?	Não ganha nada daí		

Nome	Ivo	Vini	Jane	Diogo	Lia	Tom	Duda	Zé	Rafa	Beto
Idade	5,6	6,2	7,11	8,3	9,6	10,11	11,11	12,11	13,1	14,7
				<div><div>Você não vai sair perdendo? O que você acha? Pensa um pouquinho, assim na sua cabeça.</div><div>Não. Não sei. Não sei, não sei.</div></div>			<div><div>Mas, ta certo ou ta errado?</div><div>Ta certo.</div><div>Outro menino disse que se o dono da papelaria comprasse um lápis por 0,20, ele poderia vender por 0,15 e mesmo assim ele poderia ganhar dinheiro, ele tava certo ou errado?</div><div>Ta errado.</div></div>			
				<div><div>Um menino disse pra mim outro dia que um cara do mercado pagou R\$ 0,30 de lápis e vende por R\$ 0,30 e ganha dinheiro, você acha que ele ganha dinheiro?</div><div>Ganha R\$ 0,30.</div></div>		<div><div>Então você foi lá e pagou 0,50 cada um desses e vende por 0,50 você vai ganhar 0,50?</div><div>É.</div><div>Por quê?</div><div>Porque não ganha nada, sai perdendo R\$ 0,05 por cada lápis.</div></div>				
				<div><div>Se ele compra por 0,30 e vende por 0,15 ele ganha dinheiro? Quanto?</div><div>Ganha. R\$ 0,15.</div></div>		<div><div>É assim que funciona? Você compra por 0,50 e vende por 0,50, você ganha alguma coisa? Você ganha ou não ganha?</div><div>Uhuh. (balança a cabeça afirmativamente) Ganho R\$ 0,50.</div></div>				
						<div><div>Você acha que é melhor vender por mais, por menos ou de deixa pelos 0,50? Por que por mais?</div><div>Por mais. Porque sim, não sei.</div></div>				

ANEXO 6 – PLANILHA DE DADOS DOS SUJEITOS NÃO VENDEDORES	187
---	-----

Nome	Bia	Lara	Juca	Dudu	Sol	Davi	Lipi	Luca	Ana	Guto
Idade	5,6	6,2	7,3	8,6	9,3	10,1	11	12	13,6	14,9
Série	pré II	pré III	1ª	2ª	3ª	4ª	5ª	6ª	7ª	8ª
Vende	Borracha	borracha	borracha	borracha	borracha	borracha	borracha	borracha	borracha	borracha
Profissão Pai	Professor universitário	Bancário	Estudante	Professor	Engenheiro	Conserta máquinas	Desempregado	Conserta computador	Engenheiro civil	bancário
Profissão Mãe	Secretária da APP	Publicitária	Estudante	Professora	Professora	Faz fantasias	Designer gráfica	musicoterapeuta	estuda direito	não sabe
Origem	Escola	Escola	Escola	Escola	Escola	Escola	Escola	Escola	Escola	Escola
Irmão	não tem	não tem	não tem	um irmão	não tem	não tem	não tem	uma irmã	uma irmã	não tem.
Data	15/05/2006	15/05/2006	15/05/2006	15/05/2006	15/05/2006	15/05/2006	15/05/2006	15/05/2006	15/05/2006	15/05/2006

Onde mora?	Aqui em Curitiba	No Cabral	Bacacheri	No Boa vista	Aqui perto.	Jardi das Américas	Aqui perto.	No Tarumã	Hugo Lnge	Perto da escola
------------	------------------	-----------	-----------	--------------	-------------	--------------------	-------------	-----------	-----------	-----------------

Com quem mora?	Com minha mãe e com meu pai.	Com minha mãe e com meu pai.	Meu pai e minha mãe.	Minha mãe, meu pai e meu irmão.	Com meus pais e 17 animais.	Coma mae, avó e tio.	Minha mãe e meu pai.	Meu pai, minha mãe e minha irmã.	Com meus pais e minha irmã.	Com meu pai.
----------------	------------------------------	------------------------------	----------------------	---------------------------------	-----------------------------	----------------------	----------------------	----------------------------------	-----------------------------	--------------

PRODUTO QUE VENDE	PRODUTO QUE VENDE	PRODUTO QUE VENDE	PRODUTO QUE VENDE	PRODUTO QUE VENDE	PRODUTO QUE VENDE	PRODUTO QUE VENDE	PRODUTO QUE VENDE	PRODUTO QUE VENDE	PRODUTO QUE VENDE	PRODUTO QUE VENDE
-------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------

Esta é sua lojinha? O que vende?	É, vendo borracha e lápis.	É , vendo lápis e borracha	Borracha e lápis.	É. Lápis e borracha.	Aham. Vendo lápis e borracha.	É. Lápis e borracha.	Lápis e borracha.	É. Vendo lápis e borracha.	É. Vendo lápis e borracha.	É. Lápis e borracha.
-------------------------------------	----------------------------	----------------------------	-------------------	----------------------	-------------------------------	----------------------	-------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------

Você sabe quanto custa cada borrachinha?	2 ou 5		(ela pensa um pouco) R\$ 0,40		Cada uma?		Uns R\$ 3,00.		... Mais de 0,50.		Ai.. Uns R\$ 0,50.		R\$ 0,30.		R\$ 0,50.		R\$ 0,25.		Uns R\$ 0,15.	
	2 ou 5?	5.			É	(ele pensa um pouco e não responde)	Em cada uma?	Aham. (balança a cabeça afirmativamente)												

Por quanto você vende esta borracha?	(ela pensa um pouco) R\$ 1,00.		(ela pensa um pouco) R\$ 0,50.	R\$ 1,00.	R\$ 1,00.	R\$ 0,50.	Hummmm, R\$ 0,20.	Borracha R\$ 0,30, lápis R\$ 0,50.	A borracha R\$ 0,70, o lápis R\$ 1,00.	É... R\$ 0,50.	R\$ 0,50 o lápis e R\$ 0,30 a borracha.
	E você vende por quanto?	Por 10 ou por 1.									
	Você compra por 5 e vende por 1 e ganha dinheiro? Quanto você ganha?	(balança a cabeça afirmativamente) Ganho 1. Eu acho que é 2.									

Quando você vende a este preço ganha algum dinheiro?	Ganho.		Ganho.		(balança a cabeça afirmativamente)		Não sei... Fica igual.		Ganho.		Ganho		Uhum. Ganho.		Ganho.		É ... Assim, eu ganho pouco lucro, mas ainda dá.		Ganho.	
	Quanto você ganha?	Um dinheiro.	Por que você ganha?	Não sei.	Quanto ganha? (não responde)		E você vende por mim por 1,00? Você ganha dinheiro assim?	Aham. Ganho.	Por quê?	Porque as pessoas me pagam e eu junto R\$ 0,50 com R\$ 5,00 e compro o que eu quero.	Por que ganha?	Porque tem que pagar senão não leva.	Por quê?	Porque ela me paga e eu do uma borracha.	Por que?	Porque trabalho para ganhar dinheiro.	Por que?	Porque é muito procurado pelos estudantes lápis e borrachas, então eu vendo aqui.	Por que?	Porque eu preciso obter lucro pra pagar o meu salário
	Quanto você acha?	(ela fica quieta me olhando)			Quanto?	(ele começa a contar quantas borrachas tem na mesa com os olhos, eu percebo e digo que é numa só) R\$1,00.	Você poderia vender por R\$ 3,00 também?	Mas daí ia dá 3 borrachas.	Você pagaria 0,50 e venderia por 0,50, e você ganharia dinheiro?	Ganharia.	Quanto ganha?	0,20	Você compra por 0,30 e vende por 0,30 e ganha dinheiro?	Ganho.	Quanto?	0,20	Quanto ganha?	0,25	Quanto ganha?	0,15.

Nome	Bia		Lara		Juca		Dudu		Sol		Davi		Lipi		Luca		Ana		Guto	
Idade	5,6		6,2		7,3		8,6		9,3		10,1		11		12		13,6		14,9	
Se você vende a R\$ 1,00, quanto você acha que ganha?	Não sei.				Você vende pra mim por 1,00, quanto você acha que custa lá? É.	Uma? (ele fica olhando pra mim e não responde)			Por quê?	Porque 0,50 mais 0,50 já é 1,00. Daí com 1,00 eu poderia comprar...um chicletes. E com mais dois de 0,50, mais dois de 0,50, mais dois até chegar em 10, eu poderia comprar um sorvete.	Você paga 0,50 e vende por 0,20. ganha dinehiro?	Ganho.	Quanto?	Vamos dizer que consigo tudo isso aqui de borracha. Daí eu vou gastar o meu dinheiro nisto daqui. Mas vai chegar um comprador e vai pagar 0,30 e eu vou dar esta borracha. Se ele me der 0,60, eu vou dar duas.						
					Você ta vendendo pra mim por 1,00. Custa quanto? Custa 2,00 e você vende pra mim por 1,00, você ganha dinheiro? Quanto?	R\$ 2,00. Ganha. R\$ 1,00.					Quanto?		Pagou R\$ 0,30 e vende por R\$ 0,30? Ganha dinheiro?	É. Uhum. (balança a cabeça afirmativamente)						
													Por quê?	Porque eu chego e você me dá 0,30 e eu pego e entrego a borracha. A borracha foi vendida por 0,30. Os 0,30 vão ser meus pra eu comprar outra borracha pra outra pessoa que quiser pagar 0,30.						

Pode vender por mais?	Não.		Hum?		(olha pra mim e não respnde)		Pode vender por R\$ 2,00?	Posso, mas daí ela vai receber duas borrrachas.	Pode vender por R\$ 1,00?	Posso.	Pode vender por R\$ 0,50?	Posso	Pode por R\$ 0,40?	(ele pensa) Mas eu teria que aumentar o preço do lápis.	Não.		Pode?	Assim, depende assim, daí... ocasião, e tal. Depende de como vão falar assim, depende.	E por R\$ 0,45?	Sim.	
	Por quê?	Não sei.	Por mais, por R\$ 0,70?	(balança a cabeça afirmativamente)	Pode vender por R\$ 1,50? Pode?	(olha pra mim e não responde) Pode.									Por quê?	Senaõ os compradores não querem comprar né? Daí dica muito caro, vao em outro lugar comprar.					
																Pode vender por R\$ 0,80?					Posso.
			Por quê?	Ta certo.	Por 1,50 pode.	Não pode ser por 1,50.			Por quê?	Eu posso porque eu acho que... Justo.	Por quê?	Pra mim receber lucro.	Por quê?	Porque o lápis é mais útil.							
					Pode ou não pode? Por quê?	Não. Não sei.			Por que é justo?	É que por exemplo: se fosse por R\$ 10,00 não seria justo pras pessoas que iam comprar. Porque uma borrrachinha desse tamanho custar 1,00.							Por quê?	É..., porque vejo assim, a pessoa assim, ela ta... tem mais dinheiro, a pessoa ta mais interessada e tal.			

Nome	Bia		Lara		Juca		Dudu		Sol		Davi		Lipi		Luca		Ana		Guto	
Idade	5,6		6,2		7,3		8,6		9,3		10,1		11		12		13,6		14,9	
Pode vender por menos?	Posso.		Posso.		Pode.		Não		E por R\$ 0,05?	Por R\$ 0,05 eu acho que é pouco. Mas se fosse uma borrachinha pequeninha, eu acho que dava.	Pode vender por R\$ 0,05?	Não.	Uns R\$ 0,20.		(ele pensa) Sei lá, é meu negócio		E por R\$ 0,40?	Olha até pode assim, mas daí eu acho que não vale muita a pena.	E por R\$ 0,15?	Não.
	Por quê?	(ela não responde)	Por quanto?	Por R\$ 0,40.	Por R\$ 0,50 pode? Por quê?	Sim. Não sei.	Por quê?	Porque daí só ia dar meia borracha.					Por quê?	Porque sim.	Como?	Bom, eu posso vender, só que daí vai ser difícil né? (ri).				
	Por que você acha que pode vender por menos?	Não sei também.	Por quê?	Agora não sei.							Por quê?	Muito barato			Porque?	Daí eu saio, daí eu posso sair perdendo. Porque compro por um preço e vendo por menos...	Por quê?	Porque fica muito barato e a gente não tem muito lucro.		
É melhor vender por mais, por menos ou fica igual?	Igual.		Uhum. (balança a cabeça afirmativamente)		Igual.		Fica igual		Menos.		Acho que por mais.		Menos.		Por mais.		Por mais.		Por mais.	
	Por quê?	Não sei.	Tanto faz?	Uhum. (balança a cabeça afirmativamente e)	Por quê?	(olha e não responde)	Por quê?	Porque eu acho que é assim.	Por quê?	Pelo tipinho da borracha.	Por quê?	Porque eu ganho mais daí.	Por quê?	Porque usa menos que o lápis.	Por quê?	Porque é meu negocio e quero ganhar.	Por quê?	Pra ter lucro.	Por quê?	Pra tirar o lucro.
Se eu comprar todos estes lápis e borrachas, o que você vai fazer com o dinheiro?	É..., não sei.		Vou comprar uma fazenda.		Não sei.		Ia comprar mais mercadorias		Hummm, acho que dava pra... acho que dava pra eu comprar uma coisa, por exemplo: podia... comprar... um peixe, podia comprar um animal.		Humm. Compra comida, comprar... Deixa eu ver, comprar... Carro.		Vou comprar mais lápis e borracha.		Eu vou comprar mais, e o que sobrar eu vou levar pra minha casa. Porque eu sou o dono da loja. Vou levá pra minha casa pra comprar alimentos, essas coisas.		Eu junto tudo pra compra mais. Mais lápis e borracha.		Comprar outras pra poder vender e pagar o que vai se o meu salário.	
	Pensa um pouquinho.	Não sei.	Por quê?	Porque eu gosto de cuidar de bichinhos.	Pode comprar mais mercadorias?	Posso.	Para quê?	Pra continuar ganhando dinheiro.	Poderia comprar mais mercadorias?	Sim.			Por quê?	Pra continuar a loja.			Por quê?	Porque eu quero continuar ganhando meu dinheiro.		
	Você vai comprar mais lápis e borracha ou vai comprar sorvete e chicletes? Por quê?	Vou comprar mais borracha e mais lápis. Pra ter na loja.	Você pode comprar mais mercadorias?	Posso.																
Onde você pode conseguir mais borrachinha?	(ela pensa um pouco) não sei.		(pensa um pouco) Vou até a cidade comprar.		Não sei.		No supermercado.		Eu compraria em qualquer loja que vende material escolar.		Na fábrica.		Na loja Grafite.		Numa loja.		Eu vou comprar numa indústria, num lugar onde eles fazem, aí eu posso comprar mais barato.		Eu vou comprar direto da distribuidora.	
	Pensa um pouco, onde você acha?	Acho que numa loja que tenha borracha.	Mas onde pode comprar?	Noutra loja.	Pensa um pouco.	Na fábrica de borracha.	Precisa pagar?	Sim.	Precisa pagar? Por quê?	Um pouco. Eu tinha que pagar porque... Eu vou pagar com o dinheiro que eu vendo as borrachas. E metade eu compro, metade eu compro o que eu quiser			Quanto eles pagam? Eles compram por R\$ 0,40 e vendem por R\$ 0,30.	R\$ 0,40. É.	Quanto pagou?	R\$ 0,50.	E se lá acabar?	Daí eu vou fazer uma pesquisa pra um lugar onde eu possa comprar pelo mesmo preço, ou um pouco mais, ou um pouco menos, de preferência mais barato.		
			Você vai precisar pagar?	De vez em quando.			Por quê?	Porque senão eu não compro.	Podem vender por 1,00 pra você?	Podem			É melhor vender por mais ou por menos de R\$ 0,40?	Acho que por menos. Por R\$ 0,30.						
			Me explique.	Eu me confundo.					E você vai vender a quanto?	Eu vou vender a 1,00.			Por quê?	Porque daí vai ter mais gente na loja. Porque senão vai ficar muito caro.						

Nome	Bia	Lara		Juca	Dudu	Sol	Davi	Lipi		Luca	Ana	Guto
Idade	5,6	6,2		7,3	8,6	9,3	10,1	11		12	13,6	14,9
As vezes você paga e outras não? Por quê?		Uhuh. Não sei.				E vai ganhar dinheiro?	Vo.					
						Podem mudar pra menos? Podem por 0,50?	Podem. Podem.					
						Você vai vender pra por quanto? E vai ganhar quanto?	Por...R\$ 1,00. Se eu vender por 1,00 eu vou ganhar 1,00.					
									Quanto eles ganham daí?	Depende quantas borrachas venderem.		
									Em cada uma? Podem mudar pra menos?	R\$ 0,30. Se eles quiserem, eles podem.		
									Por quê?	Ah, porque num ano pode aumentar o preço, no outro ano pode abaixar. Tipo de 0,30 pra 0,40 e de 0,40 pra 0,20.		

Lá onde você compra, onde você acha que conseguem produto?	Acho que na outra loja.	(ela não responde)	Ele falou direto na fábrica.	Eu vou em outra loja.	Com certeza eles vão compra mais numa outra loja.	Ele vai direto na fábrica.	Na fábrica	Acho que nas fábricas. Tipo de florestas, isto é, extraído de seringueiras que daí produzem... Das fábricas.	Na indústria não acaba.	Ah.. Aonde produz borracha		
		Onde você acha?	Na fábrica de borracha		Mas lá também acabou.	Acho que daí é esperar.		E quanto eles pagam?	Eles pagam, acho que R\$ 0,25.		Quanto eles pagam?	Uns R\$ 0,05, R\$ 0,10.
		Esperar o quê?	As borrachas chegarem.		Eles podem vender pra você por mais de R\$ 0,50?	Poder podem, mas eu vou mudar de fábrica.		Eles poderiam vender por R\$ 0,10?	Se eles fizerem por 0,10, não teriam lucro daí.			
		E onde eles iriam conseguir? Pensa na sua cabeça.	Não sei. No estoque?		Por menos você acha e podem?	Ah, a vontade (n).		E por 0,20 podem?	Podem			
		Lá acabou. Já.	Já? Não sei.		Mas o que é melhor pra eles? Por quê?	Vender por mais. Porque eles saem lucrando mais.		Por quê?	Porque o lucro deles seria maior, só que teriam poucos clientes daí.			
		O que é lucro?	Ah, dinheiro que a gente ganha, se a gente tem mais, se a gente tem menos, se a gente ta bem ou ta mal.									

O lojista precisa pagar pela borracha?	Precisam.		(ela não responde)		Ele vai direto pra fábrica.	Sim		Sim.		Ele vai direto pra fábrica.	Ele vai direto pra fábrica.	Ele vai direto pra fábrica.	Ele vai direto pra fábrica.	Ele vai direto pra fábrica.
	Quanto eles pagam?	Eu acho que R\$ 3,00.	Eles vende pra você por R\$ 0,40, quanto será que pagam?	Mais.		Quanto?	Muito	Quanto?	Eu acho que eles devem pagar a ... 2,00.					
	Eles vendem pra outra loja por 3 e a loja vende pra você por 5?	Eu acho que vendem por R\$ 10,00				Mas quanto em cada uma?	Em cada borracha.. Uma borracha acho que daí uns 10,00	Por quê?	Porque eles podem ter outros tipos de borrachas.					

Nome	Bia	Lara	Juca	Dudu	Sol	Davi	Lipi	Luca	Ana	Guto									
Idade	5,6	6,2	7,3	8,6	9,3	10,1	11	12	13,6	14,9									
					Mas nesta mesma. E se lá também acabou onde eles conseguem mais?	Nesta mesma, pode ser entre 1,00 a 2,00. 0,50 pra eles é muito pouco. No mercado.													
					E quanto ele paga lá?	No mercado tem mais gente... então eu acho que eles fazem a um preço maior, que chega de 3,00 até 2,00.													
Quando ele vende a esse preço ele ganha dinheiro?	Ela compra por 10,00 e vende por 5,00 e ganha dinheiro?	Ganha.	Pagam mais de 0,40 e vendem por 0,40 e ganham dinheiro?	Uhum. (balança a cabeça afirmativamente)	Fala da fábrica.	Eles compram por 10,00 e vendem pra você por 3,00 e ganha dinheiro? Quanto?	Aham. Acho que muito	Ele compra por 3,00 e vende por 2,00? Ganha dinheiro?	Uhum. Com certeza.	Fala da fábrica	Fala da fábrica		Vai direto para a fábrica	Vai direto para a fábrica	Quando vendem a 0,15 ganham?	Ganham.			
	Quanto?	É... 15.	Quanto?	0,40.	Ganham?	R\$ 3,00 é o material pra fazer a borracha.	Você compra por 3,00 e vende por 1,00, quanto você ganha?	Não sei, mais ou menos.	A outra vai comprar por 2 e vender por 1 e ganha dinheiro?	Uhum. Com certeza.	Na fábrica eles gastam R\$ 0,90 e vendem por R\$ 0,50. Eles ganham? Quanto?	Ganham. R\$ 0,90.	Eles ganham dinheiro? Ganham porque ó, se da fabrica vai pra grafite, chega lá um carro com um monte de borracha, então, daí chega o dono da grafite e entrega esse dinheiro pro cara que ta com o caminhão, que vai e entrega pro chefe, que vai entrega pra todos os empresários o dinheiro que vai ser o salário deles. Daí eles vão ganhar o lucro, que é o lucro dele. Daí o chefe mais o presidente, essas coisas vão lá na loja e pegam o material pra fazer borracha.			Quanto?	Ganham 0,05.		
	Você pagou R\$ 2,00 na borrachinha e vai vender pra mim por quanto?	(ela pensa um pouco) Por R\$ 3,00.			Custa R\$ 3,00 ou R\$ 5,00?	R\$ 3,00.	Em cada uma. Por quê?	R\$ 1,00. Porque..., não sei porque.	Você vai e compra por 0,50 e vende pra mim por 0,50 e ganha?	Eu ganho. Porque se eu vendo..., a 2,00 eu ganho 2,00 e com esses 2,00 eu ganho dinheiro.	Voce paga 0,50 e vende pra mim por 0,20. Quanto você ganha?	Ganho R\$ 0,20.							
	E quanto você vai ganhar?	R\$ 5,00.			Daí eles vendem pra você por 2,00. Quanto eles ganham?	R\$ 2,00.	Se você pagou 3 e vendeu por 1, você ganhou ou perdeu?	Eu... Ganhei.											
					Você compra por 2,00 e vende pra mim por R\$ 1,00. Você ganha quanto?	R\$ 1,00.	Quanto?	R\$ 1,00.											
A fábrica precisa gasta para fazer?	Ela não fala em fábrica em nenhum momento.	Não.		Sim.		Ela não fala em fábrica em nenhum momento.		Ela não fala em fábrica em nenhum momento.		Sim.		Ah, tipo todo o material?		Sim		Sim.		Sim.	
		Por quê?	Não gastam. Porque quando compra na loja gasta dinheiro.	Quanto?	(olha pra mim e não responde)					Quanto?	Eles gastam árvores, quer dizer, árvores não, seiva de árvores.	É	(ele pensa) Acho que R\$ 5,00 pra comprar todo o material pra fazer uma borracha	Por quê?	Porque têm as máquinas, têm os empregados.	Quanto?	Eu acho que devem gastar assim... Uns R\$ 0,20, R\$ 0,15.	Quanto?	Não faço idéia.

Nome	Bia	Lara	Juca	Dudu	Sol	Davi	Lipi	Luca	Ana	Guto					
Idade	5,6	6,2	7,3	8,6	9,3	10,1	11	12	13,6	14,9					
	E na fábrica não, só na loja? Por quê?	É. Porque... É difícil de explicar.	Fala pra mim. Na fábrica eles gastam pra fazer a borracha? Quanto?	(não responde) (balança a cabeça afirmativamente) R\$ 5,00		Mas quanto em dinheiro?	Ah, não sei, mas deve ser muito caro.	Pra fazer ele gasta R\$ 5,00 uma borracha.	5,00, mas eu não sei porque, o preço do, não sei se eles compram o negócio pra fazer a borracha. Quantas coisas têm na borracha? Eles compram ou eles ganham, se eles comprarem daí ta tudo certo.	Quanto custa pra fazer?	Ah, não sei.	No que eles gastam?	No conserto de máquinas que estragam, com os funcionários, pra ganha um dinheirinho, água, assim, essas coisa.	Mais ou menos.	Alguns centavos, tipo R\$ 0,05.
	Mas tenta.	(ela pensa um pouco) Hoje minha cabeça ta assim..., virada. Eu to variando.	Na fábrica gastam 5,00 pra fazer, eles vendem pra você por 2,00. Ganham dinheiro?	(olha pra mim e não responde)		Mais ou menos.	Uns R\$ 0,90.	Cada borracha?	É cada... Cada elemento pra faze uma borracha.	Se eles vendem por R\$ 0,25, você acha que custa quanto?	(pensa um pouco) Não sei.	Eles podem vender por R\$ 0,15?	(ela pensa um pouco) Acho que sim..., mais eles não venderiam porque ai não valeria a pena pra eles!	Eles poderiam vender por R\$ 0,05?	Sim. Só que não teria lucro.
						Você acha que lá na fábrica, eles gastaram R\$ 0,90 pra fazerem a borracha. Se eles venderem por R\$ 0,50 eles não estão perdendo R\$ 0,40 em cada borracha?	Sim.	E daí eles vendempra loja por R\$ 0,40?	É	Pense um pouco	Uns R\$ 0,15.	Por quê?	Porque se eles fazem por R\$ 0,15 eles tem que ter lucro pra eles faze.	Mas pode?	Pode.
						Mas então, é melhor pra eles vender por mais de R\$ 0,90 ou por menos de R\$ 0,90?	Por menos.	Eles gastam 5,00 pra fazê uma borracha e vendem por 0,40?	É			E por R\$ 0,40?	Sim.	E por R\$ 0,04?	Não.
						Por quê?	Porque... ninguém vai comprar daí né? Se ele... se ele... colocar mais de R\$ 0,90.					Por quê?	Porque eu acho que eles produziriam bastante e pra eles não faria tanta diferença assim.	E por R\$ 0,10?	Pode.
												É melhor pra eles vender por mais ou por menos ou...	Por mais.	É melhor venr por R\$ 0,04, R\$ 0,05 ou...	Melhor por R\$ 0,10 porque tem lucro.

Nome	Bia	Lara	Juca	Dudu	Sol	Davi	Lipi	Luca	Ana	Guto
Idade	5,6	6,2	7,3	8,6	9,3	10,1	11	12	13,6	14,9

O que é lucro?

Lucro é quando você ta ganhando em cima do que você ta vendendo. Tipo, a borracha é..., eu paguei 0,15 e to vendendo por 0,30, tenho um lucro de 0,15. Que é o preço que..., eu tirei..., eu paguei a borracha..., eu vendi ela e daí paguei quando eu comprei, e tirei dinheiro em cima disso.

BOLA				BOLA		BOLA		BOLA				BOLA		BOLA		BOLA		BOLA		BOLA															
Você gosta de brincar de bola?		(balança a cabeça afirmativamente)		Gosto.		Sim		Não.		Não.		Gosto.		Aham.		Aham.		Gosto.		Sim.															
		(balança a cabeça afirmativamente e)		Você tem uma?		Tenho, de basquete.		Tem uma?		Uhuh.		Tem uma?		Não.		Mais tem uma?		Tenho		Tem uma?		Tenho um monte.		Tem uma?		Aham.		Tem uma?		Tenho.		Tem uma?		Tenho.	

Se você ta brincando de bola e ela fura, o que você faz?	Eu acho que compro outra.	Compro outra.	Compra outra.	Você pode comprar uma?	Posso	Ir numa loja com R\$ 0,50 e comprar uma bola por R\$ 0,50.	Não sei.... Compro outra.	Compro outra.	Levo consertá ou compor outra.	Tento arrumar, se não der comprto outra.	(ri) tem que arrumar dinheiro pra comprar outra.
--	---------------------------	---------------	---------------	------------------------	-------	--	---------------------------	---------------	--------------------------------	--	--

Sabe quanto custa?	Acho que é... R\$ 5,00.	Aiaiai, isso eu não sei.	Não	Não.	Depende da bola. Se for uma bola..., nova e simples, vai custar... 2,00. Se for uma bola nova... e tiver cor, vai custar... 5,00. Se for grande e tiver um sininho com certeza vai chegar a custar uns... 6,00.	Depende. Se for uma bola... tipo R\$ 10,00 é de embaixadinha que eu tenho uma. Mas tem de R\$ 50,00, R\$ 70,00, R\$ 100,00.	R\$ 16,00	As melhores uns cento e pouco, uns setenta e tem as de R\$ 25,00, R\$ 15,00.	R\$ 10,00.	Uns R\$ 20,00 de futebol.
		Mais ou menos.	R\$ 70,00, R\$ 60,00.	Quanto você acha na sua cabeça?	R\$ 11,00	Mas quanto você acha?	Uns R\$ 10,00.	Vamos pensar nesta de R\$ 25,00.	Ta.	

Sabe onde compra?	Eu acho que lá na praia.	Pode ser no mercado ou na loja de esportes.	No mercado.	Não.	Numa loja.	Loja de esportes.	Na feira, no camelódromo, em lojas de esportes.	Numa loja de esportes.	No supermercado.	tipo, se for uma bola de marca numa loja de materiais esportivos.
				No mercado você já viu bola?	Já.					

E se acabam as bolas, o que ele faz?		Encomenda.	Fala pra fábrica de bolas trazer mais bolas e vem num caminhão.	Busca num cara que faz bolas.	Pedi outra.	Eu acho que..., se ele tiver como é no mercado, a maioria dos mercados tem uma fábrica que fabrica pra eles. Então eu acho que..., que ele vai na fábrica e pega o tanto de bolas que ele precisa.	Compra outra	(ele pensa um pouco). Ele tem 50 bolas, acabo tudo, mais só com o dinheiro ele já vai ter uns R\$ 500,00, depois ele pega uma parte desse ó (ele fica mexendo e dividindo as borrachas). ele pega uma parte e deixa pra compra comida. Esse resto ele guarda pra compra mais bola.		Compra da fábrica.	Bom, daí eu acho...q ele vai e compra mais e vende por um preço um pouco mais caro. Porque afinal ele ta vendendo bastante se acaba.		Vai comprar mais pra vender	
Onde?	E, num lugar que ele conhece.			Onde?	Não sei.		Onde?	Na fábrica de bola.	Vai comprar mais bolas	E, ele vai comprar mais bolas e ao mesmo tempo ele vai compra comida pra família.	Onde será que ele consegue?	Ele pode conseguir na indústria que fabrica a bola, é isso, nos lugares que fabricam.	Onde?	numa distribuidora ou numa fábrica.

Nome	Bia		Lara	Juca	Dudu		Sol	Davi	Lipi		Luca	Ana	Guto
Idade	5,6		6,2	7,3	8,6		9,3	10,1	11		12	13,6	14,9
	Que lugar é esse?	É..., onde faz bola.			Dai não vai ter mais bola?	Dai precisa fazer mais.			Onde ele consegue mais bolas?	(ele pensa um pouco) É numa loja tipo que vende material pra fazer as coisas.			
									Mas eles fazem as bolas?	Não. Ele compra o material, pode ser num sábado, quando não tá tudo fechado ainda, ele vai lá e compra. Dai, no domingo, no dia de folga dos trabalhadores, ele chega lá, pega todo o material e dá pros trabalhadores fazerem as bolas ou reformar.			

Ele precisa pagar?		É.	Sim.		Uhum (balança a cabeça afirmativamente)		Uhum, (balança a cabeça afirmativamente)		Não porque a fábrica é dele.		Sim.	Precisa.		Claro.		Quanto ele paga na bola que vende por R\$ 10,00?		Eu acho que deve pagar uns R\$ 9,00.		Sim.	
Quanto?		R\$ 10,00	E quanto você acha que ele paga na bola lá na fábrica?	(ela pensa um pouco) R\$ 70,00.	Quanto será que ele vai pagar na bola?	R\$ 11,00	Quanto?	10,00?				Quanto?	Acho que uns R\$ 16,00 também.							Quanto será?	Uns..., R\$ 10,00, R\$ 12,00.
Na fábrica ele paga R\$ 10,00 e vende pro quanto?		R\$ 5,00.	Ele compra na fábrica por R\$ 70,00 e vende pra você por R\$ 60,00?	É.	Paga 11 e vende por 11?	(balança a cabeça afirmativamente)						Por quê?	A bola que ele tá vendendonão é daquelas bem boa, é uma menor. Daí pra eles fazerem ele vão monta tudo e daí eles vão... 16,00 pra gasta de material. Daí eles vão fazendo e vendendo. Daí ele pode vender por 16,00.			Por quê?	Porque não é tão barato e não é tão caro uma bola daquelas. Não usa materiais tão assim, não é uma bola de muita qualidade.			Pode vender por R\$ 18,00?	Pode
Ele ganha dinheiro? Quanto?		Ganha. (ela pensa um pouco) Acho que 10.	Ganha dinheiro? Quanto?	Ganha. Não.	Ganha dinheiro? Quanto?	Aham. 11.										E por R\$ 15,00?	Não, acho que o preço que ele tá fazendo ali é o mais certo.			Por R\$ 12,00? Por quê não?	Não. Porque ela não teria lucro. Tipo se fosse abaixo do preço que ela compra, daí poderia falir.

Quando o lojista vende por esse preço, ele ganha dinheiro?	Ganha.		Ganha.		Ganha.		Ganha.		Dependendo. Se eu tenho só uma nota de 10,00 e eu dou pra ele, ele tem que me devolver... 4,00 e daí eu ganho dinheiro.		Ganha.		Ganha.		Deve tá, né?		Acho que sim.		Sim.	
	Quanto?	<i>Eu acho que ganha... R\$ 15,00.</i>	Quanto?	<i>(ela pensa um pouco) 70, 60..</i>	Quanto?	<i>R\$ 11,00.</i>	Quanto?	<i>R\$ 10,00.</i>	Se ele vende a 6,00 ele ganha quanto?	<i>Ganha 6,00.</i>	Quanto?	<i>50,00.</i>	Quanto?	<i>16,00. Ele ganha vendendo a bola a 16,00, a mulher vai lá e dá 16,00 pra ele. Ele ganhou 16,00, ele deu a bola em troca disso.</i>	Por quê?	<i>Porque toda empresa, ela vai ganhar o preço que eles vende, do que eles compram.</i>	Quanto você acha que ele ganha?	<i>Acho que deve tirar uns R\$ 0,50 de lucro por bola.</i>	Quanto?	<i>Uns R\$ 5,00, R\$ 10,00.</i>
	Ele vende por R\$ 60,00 e ganha? Quanto?		<i>(Balança a cabeça afirmativamente) R\$ 60,00.</i>		Por quê?	<i>Porque é o preço da bola.</i>									Quanto você acha que ele pagou na bola? Quanto ele ganha então?	<i>Acho que... R\$ 20,00. Uns 5,00 por bola.</i>	Por quê será?	<i>Porque eu acho que depende da bola, a bola é mais barata assim pra fazer. Assim por exemplo, se ela for daquela que eu compro que parece ser de EVA por fora daí eu acho que não é tão caro pra fazer. Então eu acho que eles ganham 0,50.</i>	Por quê?	<i>Porque, pra ele pode..., é..., continuar trabalhando..., pagando a loja dele, tipo, também tem a família que ele tem que sustentar, ele e a família dele, os vendedores da loja</i>

Página 9

Nome	Bia	Lara	Juca	Dudu	Sol	Davi	Lipi	Luca	Ana	Guto
Idade	5,6	6,2	7,3	8,6	9,3	10,1	11	12	13,6	14,9
							Por quê?			
							Porque se não daí o... o... tipo ela tem um gráfico, o gráfico dela daí vai diminuir, porque se ela tá vendendo mais caro, as pessoas vão, vão deixar de comprar.			

Pode vender por menos?	Pode vender por R\$ 2,00?	Não	Ele pode vender por R\$ 30,00? Por quê?	Pode. Talvez ele queira ficar com pouco dinheiro e de vez em quando ele quer ficar com mais.	Pode vender por R\$ 5,00?	Não sei.	Pode vender por R\$ 5,00? Por quê?	Pode. Porque ele pode diminuir o preço.	Pode vender por R\$ 4,00?	Por R\$ 4,00 não.	Pode vender por 30,0?	Não.	Pode vender por R\$ 9,00?	Pode mais é desinteresse dele, ele não vai ganhar tanto porque o gráfico vai aumenta, mais só que o dinheiro dele vai diminui. Se tá vendendo por 16,00, que é um preço bom, ele abaixou pra 9,00.	Pra ele não vai ser bom, não vai lucrar tanto. Seria ruim pra ele.	Pode vender por R\$ 8,00?	Não, porque acho que não vale a pena pra ele. Porque daí não vai conseguir nem pagar as bolas nem ganhar dinheiro pra ele, pro supermercado.	E Por R\$ 15,00?	Não		
	Por quê?	É pouco.	Depende da vontade dele?	Aham. (balança a cabeça afirmativamente)						Por quê?	Porque é menos do que R\$ 6,00 e menos do que R\$ 10,00. E R\$ 4,00 é quase o preço da média, então não vai dar.	Por quê?	Porque escolhemos a bola de 50,00.	Que gráfico?	O gráfico da popularidade dele, da loja.		Por quê?	Porque daí seria pouco lucro.	Por quê?	Porque vai falir a loja.	
																		O que é lucro?	Lucro é tirar sua partezinha do que eles estão vendendo, né? Porque se eles vão lá e compram a bola de uma fábrica, eles pegam e vendem. E daí eles tem que tirar tipo, eles tem que pagar as bolas que eles compram e assim tirar o lucro pra eles assim, pro supermercado.		

É melhor pra ele vender por mais ou por menos ou deixa igual?	Por ... , R\$ 5,00		Por mais.	Como assim?		Acho que é bom deixar como ta.	Por mais de 6,00.	Pelos 50,00.	Pelo preço que tá (ri)	Vender por R\$ 25,00	Pelo que ta.	Por mais
	Você falou que se ele vende por R\$ 5,00 ele ganha R\$ 3,00. por quê?	Eu acho porque eu dou o R\$ 5,00 pra ele.		Você acha que é melhor vender por mais de 11, menos de 11 ou deixa por 11?	Por R\$ 11,00.						Por quê?	Por que assim, eu acho que teria que ser bem pelo mesmo preço que eles estão vendendo.

Nome	Bia		Lara		Juca		Dudu		Sol		Davi		Lipi		Luca		Ana		Guto	
Idade	5,6		6,2		7,3		8,6		9,3		10,1		11		12		13,6		14,9	
	Por que ele ganha R\$ 3,00?	Não sei.			Por quê?	Não sei.											Porque é um preço razoável e que as pessoas assim tem assim como... tem chance de ir lá e comprar. Porque ultimamente as pessoas não estão tendo muito dinheiro então se eles colocarem um preço muito alto ninguém vai conseguir comprar.			

Para quê você acha que o homem da loja usa o dinheiro?			Compra assim... Coisas pra ele.	(olha e não fala nada.)					Eu acho que esse lojista pode fazer o que ele quiser. Como o outro, se ele tiver uma mulher ele vai alimentar ela, se ele tiver filho, vai comprar comida, se ele viver sozinho ele compra coisa pra ele. Essas coisas.				Ele pode comprar mais bolas, ou ele pode, tipo, compra comida, essas coisas pra sua casa.		Ele compra mais pra ter estoque pra vender, e o resto ele paga os empregados, o que sobra leva pra casa pra comer, pra educa os filhos, presente pros filhos, presente pra mãe, essas coisas.		Eu acho que eles investem mais pra fabricar mais e pra pagar os funcionários e tal, e tudo. Todas as despesas que tem.		Ele paga a mercadoria que ele comprou e os funcionários dele e fica com dinheiro pra ele.
--	--	--	---------------------------------	-------------------------	--	--	--	--	---	--	--	--	---	--	---	--	--	--	---

A fábrica precisa pagar para fazer?	Eu acho que sim.		Não lembro disso.		Precisa.		Não sei.		Precisa.		Sim.		Precisa.		Sim.		Sim.		Sim.	
	Por quê?	(ela não diz nada)	Mas o que você acha?	Não.	Quanto?	O mesmo preço que falei.	Pensa um pouquinho.	Acho que uns 50,00.	Quanto?	Para o plástico que é do látex de uma árvore..., para cortar precisa pagar pras pessoas que cortam a árvore. Deve ser uns 20,00. Depois pra..., comprar os materiais certos pra máquina que faz as bolas trabalhar, eu acho que mais uns 30,00. Mais ainda pra colocar a tinta eu acho que custaria mais uns...5,00, e depois a bola ficaria pronta.	Quanto?	Deixa eu ver, lá por uns..., é mais caro.	Quanto?	Deve ser uns R\$ 10,00.	Quanto?	Custa o material, custa as máquinas, os empregados, como já falei.	Quanto?	Acho que na base de uns R\$ 8,00	Quanto?	Uns R\$ 5,00, R\$ 6,00.
	Por que você acha?	(ela pensa um pouco) Porque... Não sei.	Ela não paga pra fazer?	Acho que sim.	Quanto mesmo?	11,00.	Eles gastam 50,00 pra fazer e vendem a quanto?	10,00.			Por quê?	Porque... Hummm... Pode ser mais barato então		16,00. Veja aqui esta a loja do cara e aqui estão todos os trabalhadores, o cara do caminhão vai lá e entrega pro cara, o cara entrega o tanto de dinheiro que ele conseguiu da venda das bolas pro cara do caminhão. O caminhão vai chegar, entregar o dinheiro pro chefe. Daí o chefe vai da uma parte de tudo daquele dinheiro das 50 bolas pra cada um. Cada uma das pessoas, que vai ser o salário delas.	Quanto em dinheiro?	Uns R\$ 15,00.	Eles podem vender por R\$ 8,00?	Não.	E vendem por quanto?	Por R\$ 8,00.
	Pense um pouquinho.	(ela pensa um pouco) Hummm..., ali... (não responde)	Paga ou não? Quanto?	Paga. R\$ 80, 00, R\$ 70,00.			Eles ganham? Quanto?	Ganham. É..., 10,00			Você precisa dizer um valor.	Hummm. Deve ser uns R\$ 100,00.	Uns R\$ 10,00, daí eles vendem a R\$ 16,00? E ganha?	Eles podem vender por menos de R\$ 10,00?	Não, porque senao eles não saem lucrando (ri)	Por quê?	Porque eles vão fazer, vão pagar o que eles compraram, o que eles fizeram e não vão ter dinheiro nenhum. Então vai da na mesma, vender não ajudou nada.	Se custa R\$ 5,00, não poderiam vender por R\$ 5,00?	Ela não teria lucro pra pagar as contas, os funcionários.	
	A fábrica gasta pra fazer ou não?	Eu acho que não gasta.	Você compra por 60,00, o dono do mercado vai lá na fábrica e compra por 70,00 e a fábrica quanto gasta?	(ela pensa um pouco) R\$ 80,00.			O mercado paga 20,00 e vende por 10,00. quanto ganha?	10,00.	Então custaria quanto mesmo?	Cada bola pra fazer..., 20..., 30..., mais ou menos..., uns 40.	Por quê?	Porque na fábrica é tudo mais caro.			E por R\$ 10,00?	Eu acho que sim. Eu acho que sim, mas acho que eles iriam em outro lugar que fosse mais barato pra comprar.				

Nome	Bia		Lara		Juca	Dudu		Sol	Davi		Lipi	Luca	Ana	Guto
Idade	5,6		6,2		7,3	8,6		9,3	10,1		11	12	13,6	14,9
	Por quê?	Porque é eles que faz.	Você acha que a fábrica gasta 80,00 pra fazer e vende por 70,00 pro mercado, ela ganha dinheiro?	Ganha.		Você acha que é melhor pra eles vender por 50,00 ou por 20,00? Por quê?	R\$ 10,00. Porque é 10,00	Pra fazer a bola custa 40,00 na fábrica. Daí ele pega e vende no mercado por 6,00...	Hum... E ganha dinheiro.	Por quê será?	Hummm.... Porque ninguém vai querer comprar uma fábrica, daí eles colocam mais caro .			
			Quanto?	R\$ 80,00.		A fábrica pagou 100,00 pra fazer, vende por 50,00. Ganha quanto?	R\$ 50,00.							
			O mercado paga 70,00 e vende pra você por 60,00, quanto será que ele ganha?	R\$ 70,00.										

CONTRA	CONTRA SUGESTÃO	CONTRA SUGESTÃO	CONTRA SUGESTÃO	CONTRA SUGESTÃO	CONTRA SUGESTÃO	CONTRA SUGESTÃO	CONTRA SUGESTÃO	CONTRA SUGESTÃO	CONTRA SUGESTÃO	CONTRA SUGESTÃO	CONTRA SUGESTÃO	CONTRA SUGESTÃO	CONTRA SUGESTÃO	CONTRA SUGESTÃO	CONTRA SUGESTÃO	CONTRA SUGESTÃO	CONTRA SUGESTÃO	CONTRA SUGESTÃO	CONTRA SUGESTÃO
	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Uma menininha numa outra entrevista falou pra mim assim, que se ela comprar a borrachinha por 2,00 e vender por 3,00, ela ganha 1,00. Tá certa ou errada? Por quê?	<i>Certa. Porque ela tá certa.</i>	Um menino falou que se a bola custa 70,00 e ele vende por 60,00 ele perde 10,00. Porque quando ele vai comprar de novo outra bola, vai pagar 70,00, mas ele só tem 60,00. Tá certo ou errado?	<i>Certo.</i>	Um menino que vendia adesivo falou pra mim que se ele compra um adesivo por 2,00 e vende por 1,00 ele perde 1,00. Ele ta certo ou ta errado?	<i>(não responde).</i>	Um menino falou o seguinte: que quando ele comprava o adesivo por 1,00 e vendia por 1,00 não ganhava dinheiro. Ele tá certo ou tá errado?	<i>Acho que ele tá certo.</i>	Na entrevista que fiz falaram que se eles comprassem o adesivo por 1,00 e vendessem por 1,00, eles não ganham 1,00. Você acha que eles estão certos ou errados?	<i>Eu acho que eles estão certos.</i>	Um menino falou pra mim que ele compra o adesivo por 0,50 e se vender pra mim por 0,50 ele não ganha dinheiro.	<i>Não?</i>	Um menino que eu estava entrevistando lá na rua, me falou, que se ele compra a borracha por R\$ 0,30 e ele vende a borracha por R\$ 0,30 ele não ganha dinheiro.	<i>Por que?</i>	Um menino falou pra mim que se eu comprasse todas as borrachas dele por 0,50 poderia, porque ele ganharia dinheiro. Ele estava certo?	<i>Não sei, depende. Se ele for comprar a mesma quantidade de borracha, daí não. Só se ele for comprar menos, daí ele pode.</i>	Um menino falou que a industria pode vender por menos de 0,15 pode vender por 0,10 se vendesse toda a produção. Ele tá certo?	<i>Sim.</i>	Numa entrevista que fiz na rua, o menino disse pra mim que se custa R\$ 0,10 e eles vendem a R\$ 0,15, eles ganham R\$ 0,15. Esse menino ta certo?	<i>Não.</i>
O que passa na sua cabecinha?	<i>(ela não responde)</i>	Ele tava certo?	<i>Uhmm. (balança a cabeça afirmativamente)</i>	Ele foi lá na loja e comprou adesivo por 2,00, daí ele vendeu pra mim por 1,00. Ele falou pra mim que ele perdeu 1,00. Ele ta certo ou ta errado?	<i>Ele ta certo.</i>	Por que ele tá certo? Como assim ele gasta muito? Também o que?	<i>Porque se não ele ia gastar muito. Muito dinheiro assim também. Pra consegui pagar</i>	Por quê?	<i>Porque... se... eles... dão as figurinhas por 1,00 e por 1,00 tem que comprar mais uma cartela de figurinhas, eles não ficam com o dinheiro.</i>	<i>Acho que ele tá certo. Porque ele não ganha... é a mesma coisa ele paga R\$ 0,50 e ganha R\$ 0,50. É como se tivesse devolvendo o dinheiro.</i>	Você acha e ele ta certo ou você ta errado?	Ele falou pra mim que não ganha.	<i>Por que?</i>	Você acha no fundo que ele ta errado, que ele não vai conseguir comprar o mesmo número de borracha?	<i>Claro.</i>	Pode ser daí?	<i>Pode, porque daí as pessoas vão procurar mais, assim tipo... como elas vão pagar mais barato então elas vão procurar mais daí eles vão ter mais chances de vender as 1000.</i>	Por quê?	<i>Porque tem que descontar o preço da borracha. O que ele paga pra ter a borracha.</i>

Nome	Bia		Lara		Juca		Dudu		Sol		Davi		Lipi		Luca		Ana		Guto			
Idade	5,6		6,2		7,3		8,6		9,3		10,1		11		12		13,6		14,9			
Mas então me diga, se você pagou 2,00 e vende pra mim por 3,00 você ganha 5,00. Tá certo isso?	Ta.		Por que ele tava certo?	Agora eu to meio confusa.	Por que você acha que ele ta certo?	Se compra uma coisa por R\$ 2,00 e vende por R\$ 1,00 perde R\$ 1,00.	2		Não ficam? Então eles estão certos? Mas você falou pra mim que você compra por 0,50 e vende por 0,50 e ganha.	Não. Eles estão certos. É que eu ganho... porque as vezes é 1,00 e as vezes é 0,50.	2		Você acha que ele ta certo ou errado?	Não. É como se fosse uma troca. Ele vai trocar os 0,30 por uma borracha. Então você vai ganhar dinheiro. Tá perdendo dinheiro comprando a borracha, mas também ta ganhando dinheiro. Os 0,30 que gastou comprando a borracha, terá de volta porque o comprador está te dando 0,30.		2		Mais mesmo que cada borrachinha custe R\$ 0,15, eles podem vender por R\$ 0,10 porque vai ser bastante?	Não daí não, porque daí eles vão gastar muito e vão receber pouco, não vai dar pra pagar direito as borrachas que eles estão fazendo.		Então ele ganharia quanto?	R\$ 0,05.
Mas a menina falou que se compra por R\$ 2,00 e vende por R\$ 3,00, ela ganha R\$ 1,00. Ela ta certa?	Não.		É?	To me confundindo.	Mas você falou que pagou 2,00 na borracha e vendeu pra mim por 1,00. Você falou que ganhou 1,00. Você ta certo?	(balança a cabeça afirmativamente e).	Um menino falou que se ele compra um adesivo por 3,00 e vende por 1,00, perde 2,00. Ele ta certo ou ta errado?	Acho que ele ta certo.		Mas por que é R\$ 1,00?	A borracha é 1,00 e as vezes é 0,50. E... se fosse uma borracha grande ou se fosse uma de bichinho bonitinho, eu venderia a preço de 2,00, mas como não é eu posso vender a 1,00 ou a 0,50.	Uma menina contou que vai com a mãe comprar rosas e paga 0,50 na rosa. Um dia vendeu uma por 0,40, e a mãe porque ela perdeu 0,10. A mãe ta certa ou não?	2		Não.	Uma criança me falou que uma bola que custa 25,00, se o lojista vender por 25,00 ele ganha 25,00, ta certo isso?	Não.	Então o menino não estava certo?	Não.	2		
Quem ta certa, ela ou você? Por qué?	Eu. Porque é eu.		Mas me explica, o mercado foi na fábrica e pagou 70,00 e vende por 60,00. Ele ganha? Quanto?	Ganha. Eu to confusa.	E a fábrica pagou 3,00 pra ela fazer e vendeu pra você por 2,00. ela ganhou quanto?	(não responde).	Você acha que o menino ta certo por que?	Porque ele qué igualá.		Quando você vende a R\$ 1,00 e quando você vende a R\$ 0,50?	A 0,50 eu vendo sábado e domingo. E a 1,00 eu vendo dias de semana que é quando vem mais gente na minha loja.	Ta errada a mãe dela?	Ta. Ela só quer ganhar dinheiro.		Um menino falou que se compra bola por 16,00 e vende a bola por 16,00 não ganha dinheiro. Por que você acha que ele falou isso?	Não sei!	Não vai ganhar R\$ 25,00?	Não porque ele tem que pagar a bola.	Ele se atrapalhou na resposta dele.	Aham.	Um menino numa entrevista que fiz, ele falou que se vende a borracha a R\$ 0,30, ganha R\$ 0,30. ele ta certo?	Não.
Mas por que você acha? Me diga.	(ela não responde) Não sei.				Ela ganhou ou ela perdeu? O que você acha? Perdeu quanto?	Perdeu. R\$ 1,00.	Você falou pra mim que compra por 3,00 e vende por 1,00 e falou que ganha 1,00. Você ta certo? Mas quem que ta certo, você ou o menino?	Eu acho. Acho que os dois		2	Mas a menina perdeu os R\$ 0,10 ou não perdeu? A mãe dela tava certa?	Perdeu. Tava certa que ela perdeu, mas... a mulher só ta pensando em dinheiro.	Mais ele falou que não vai ganhar nada, porque ele vai ter que comprar a bola de novo, daí ele não vai conseguir tira o dinheiro pra ele.	Vai porque, porque as pessoas que vão compra bola vão dar o dinheiro pra ele e ele vai dar uma das bolas que ele tem.		Quanto ele vai ganhar então?	Ele vai ganhar uns R\$ 10,00.	2	2			

Nome Idade	Bia 5,6		Lara 6,2		Juca 7,3		Dudu 8,6		Sol 9,3		Davi 10,1		Lipi 11		Luca 12		Ana 13,6		Guto 14,9	
	2																			
	Mas você falou pra mim que não paga. Por que você acha e ele ta certo?	Hummm..., não sei.																		

Nome	Bia	Lara	Juca	Dudu	Sol	Davi	Lipi	Luca	Ana	Guto				
Idade	5,6	6,2	7,3	8,6	9,3	10,1	11	12	13,6	14,9				
			Você pagou 2,00 nesta borracha, é melhor você vender por mais de 2,00, por menos ou igual.	Por mais de R\$ 2,00.	Mas o que você acha que é melhor pra você. Vender por 3,00 ou por 1,00?	R\$ 2,00.	Você gastou 5,00 e comprou dez borrachas. Eu eu compro todas as suas borrachas por 4,00. Pode ser?	Pode.	Por quê?	Porque vai gastar como tivesse devolvendo de volta.	Por quê?	Ele precisa pagar a empresa de onde comprou a bola.	Então é melhor vender por um pouquinho a mais?	Sim.
			Por quê?	Não sei.	Por 2,00 agora. Por que por 2,00?	Uhuh. Porque daí fica mais...um	Você vai ganhar dinheiro com isso? Quanto?	Vou. R\$ 4,00.	O dono da fábrica de bola gasta 100,00 pra fazer a bola e ele vende por 50,00 a bola, ele ganha 50,00?	Não,... é, ganha!				
			2		3		3	Ele ganha R\$ 50,00? Mas ele gastou R\$ 100,00 pra fazer a bola.	(Fica me olhando)					
			Um menino falou que se paga 11,00 pra fazer a bola, tem que vender a bola no mínimo por 15,00, pra poder ganhar 4,00. Ele ta certo ou ta errado?	(Olha pra mim) Errado.	Uma menina falou que a fábrica gasta 1,00 pra fazer cadachicletes e vendia por 1,50, porque queria ganhar 0,50 em cada um. Ela ta certa?	Ta certa, ta errada.	Um menino falou que se paga no chicletes 0,50... não pode vender esse chicletes por 0,15, porque perde dinheiro.	Vai.	Ele vende por R\$ 50,00, ele ta ganhando R\$ 50,00?	Sim.				
			Por quê?	Não sei.	Por quê? Ela ta certa?	Porque.. se custa 1,00, porque... Acho que ela ta certa mesmo. Aham.	Vai perder dinheiro?	Vai perder dinheiro, porque, eu acho que deveria custar 0,50, se for o chicletes daquelas bolas grandes, que nem o Babaloo, eu acho que podia chegar a 0,60.	Um menino falou que paga 0,50 o pacote de baia. Se vender por 0,50 não ganha dinheiro. Ele precisa vender por 1,00, que é pra ganhar 0,50. Ta certo ou ta errado?	Ta certo.				

Nome	Bia	Lara	Juca	Dudu	Sol	Davi	Lipi	Luca	Ana	Guto
Idade	5,6	6,2	7,3	8,6	9,3	10,1	11	12	13,6	14,9
			<div>Na sua cabecinha, por que você acha que ta errado?</div> <div><i>(ele olha pra mim)</i></div>		<div>Mais então ele está certo. Se ele pagou 0,50 e vender por 0,15 ele perde dinheiro.</div> <div><i>Ele perde dinheiro.</i></div>	<div>Ele ganha R\$ 0,50 ou ele ganha R\$ 1,00?</div> <div><i>R\$ 1,00.</i></div>				
			<div>Ele também falou que se ele comprar a por 11,00 e vender por 11,00 ele não ganha dinheiro. Ele ta certo ou ta errado?</div> <div><i>Não sei.</i></div>		<div>Mais e o dono da fabrica de bola, que pagou R\$ 40,00 por uma bola e vende essa bola por R\$ 6,00, ele está perdendo dinheiro?</div> <div><i>Ele não está perdendo dinheiro.</i></div>	<div>Por que ele ganha R\$ 1,00?</div> <div><i>Porque... porque... ele... ta vendendo por R\$ 1,00.</i></div>				
			<div>Perguntei se ele compra a bola por 11,00 e vende a bola por 11,00, ele ganha dinheiro? Ele disse assim: não. Você acha que ele falou certo ou falou errado? Por quê? quanto que ganha?</div> <div><i>Errado. 11</i></div>		<div>Não? Quanto ele ganha então?</div> <div><i>Não. Ele ganha R\$ 6,00 por dia.</i></div>					
					<div>Como assim? Dependendo das pessoas que vão lá?</div> <div><i>Por exemplo: as pessoas que vão lá... as vezes querem comprar outras coisa, não é obrigação eles pegarem bola. Mas quando elas querem, elas compram a bola, daí eles ganham dinheiro.</i></div>					